

ESTRATEGIA EDUCOMUNICATIVA PARA EL DESARROLLO Y
LA CONSTRUCCIÓN DE LA CULTURA CIUDADANA DENTRO
DEL SISTEMA INTEGRADO DE TRANSPORTE PÚBLICO
MASIVO DE LA CIUDAD DE PEREIRA Y SU ÁREA
METROPOLITANA

MÁS POR MEGA

STEVEN VICTORIA CANO
ESTIVEN GARCIA PALACIOS

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
FACULTAD DE EDUCACIÓN
ESCUELA DE ESPAÑOL Y COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL
LICENCIATURA
EN COMUNICACIÓN E INFORMÁTICA EDUCATIVA
PEREIRA
2017

ESTRATEGIA EDUCOMUNICATIVA PARA EL DESARROLLO Y
LA CONSTRUCCIÓN DE LA CULTURA CIUDADANA DENTRO
DEL SISTEMA INTEGRADO DE TRANSPORTE PÚBLICO
MASIVO DE LA CIUDAD DE PEREIRA Y SU ÁREA
METROPOLITANA

MÁS POR MEGA

STEVEN VICTORIA CANO
ESTIVEN GARCIA PALACIOS

MG JAIME ANDRÉS BALLESTEROS AGUIRRE
Director trabajo de grado

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
FACULTAD DE EDUCACIÓN
ESCUELA DE ESPAÑOL Y COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL
LICENCIATURA
EN COMUNICACIÓN E INFORMÁTICA EDUCATIVA
PEREIRA
2017

Agradecimientos.

Agradecimientos a las personas que nos dieron el apoyo incondicional como nuestras familias, profesores y amigos.

Evaluación del jurado.

CONTENIDO

TABLA DE FIGURAS.....
RESUMEN.....
1. PRESENTACIÓN.....	1
1.1. Introducción.....	1
1.2. Justificación.....	2
1.3. Problemática	3
1.4. Objetivos.....	5
1.4.1 Objetivo general.....	5
1.4.2 Objetivos específicos	5
2. MARCO TEÓRICO.....	6
2.1. Espacio Público.....	7
2.2. Comunidad.....	17
2.3. Educación: Teoría de Aprendizaje.....	23
2.4. La TIC de la Radio y la Educación.....	26
3. DISEÑO METODOLÓGICO.....	36
3.1. Esquema.....	36
3.2. Revisión De Documentación.....	38
3.3. Estudio Particular.....	38
3.4. Diseño Del Producto Radial.....	41
3.5. Propuesta.....	43
3.6. Validación Producto Radia.....	43
3.7. Plan De Implementación.....	45
4. FINALES.....	46
4.1. Conclusiones.....	46
4.2. Recomendaciones.....	48
BIBLIOGRAFÍA.....	49
ANEXOS.....	51

TABLA DE FIGURAS

<i>Figura 1 Esquema.....</i>	<i>37</i>
<i>Figura 2 Formato encuesta</i>	<i>39</i>
<i>Figura 3 Resultados</i>	<i>40</i>
<i>Figura 4 Encuestas</i>	<i>51</i>
<i>Figura 5 Encuestas</i>	<i>52</i>
<i>Figura 6 Encuestas</i>	<i>53</i>
<i>Figura 7 Encuestas</i>	<i>54</i>
<i>Figura 8 Encuestas</i>	<i>55</i>
<i>Figura 9 Encuestas</i>	<i>56</i>
<i>Figura 10 Encuestas.....</i>	<i>57</i>
<i>Figura 11 Encuestas.....</i>	<i>58</i>
<i>Figura 12 Plegable.....</i>	<i>62</i>
<i>Figura 13 Plegable.....</i>	<i>63</i>
<i>Figura 14 Plan de estrategia.....</i>	<i>73</i>

RESUMEN

En una época en donde el carro particular se ha tomado las calles, es hora de que se vuelva al transporte público como prioridad en su uso por parte de todos los ciudadanos, para que este medio de transporte se vuelva prioridad entre los sujetos de todas las clases y contextos sociales, es imprescindible mejorar muchos de sus aspectos, incluyendo la cultura ciudadana y el comportamiento de sus ciudadanos dentro del SITPM, esto puede ser algo complicado dadas las circunstancias de ser un espacio donde el concepto de sociedad predomina, con todas las afectaciones que implica el urbanismo como modo de vida, tal como lo menciona Louis Wirth, por esto la importancia del sentido de comunidad al que acude Tönnies, nos hace pensar una nueva forma de abordar la educomunicación para la transformación de este tipo de espacios y así fortalecer la cultura ciudadana dentro del SITPM, recurriendo a la radio como instrumento educativo capaz de transformar la cosmovisión de aquel que escucha sus mensajes en cualquier contexto, incluso en un espacio público como lo es el SITPM.

Palabras claves: propuesta educomunicativa, estudiantes/usuarios, Universidad Tecnológica de Pereira, Megabús, radiofónico, aprendizaje pedagógico, manual del usuario.

ABSTRACT

In a time when the private car has taken to the streets, it is time to return to public transport as a priority in its use by all citizens, so that this means of transport becomes a priority among the subjects of all classes and social contexts, it is essential to improve many of its aspects, including the citizen's culture and the behavior of its citizens within the SITPM, this can be somewhat complicated given the circumstances of being a space where the concept of society predominates, with all the affectations which implies urbanism as a way of life, as mentioned by Louis Wirth, for this The importance of the sense of community to which Tonnies comes, makes us think of a new way of approaching education for the transformation of this type of spaces and thus strengthen citizen culture within the SITPM, using radio as an educational tool capable of transforming the worldview of the one who listens to his in any context, even in a public space such as the SITPM.

Keywords: proposaledu-communicative, students/users, Universidad Tecnológica de Pereira, Megabus, radio material, pedagogy learn, user manual.

1. PRESENTACIÓN

1.1 INTRODUCCIÓN

A nivel mundial, se han desarrollado adelantos sobre cultura ciudadana dentro del transporte público, afirmando que el espacio público es un derecho y es aquel donde cada persona se apropia y que a la vez es beneficio para cada individuo que lo compone.

La cultura ciudadana según el Plan de Desarrollo Formar Ciudad se define como: “conjunto de costumbres, acciones y reglas mínimas compartidas que generan sentimiento de pertenencia, facilitan la convivencia urbana y conducen al respeto del patrimonio común y al reconocimiento de los derechos y deberes ciudadanos” Pero todas estas costumbres, acciones y reglas mínimas que se comparten entre ciudadanos cambian de acuerdo al contexto tal como lo afirma Carlos Alberto Montaner al mencionar lo siguiente “Las ciudades hacen a los hombres, y los hacen para bien o para mal. Un joven criado en Viena o en Berna aprende desde su infancia a respetar las reglas, a cuidar los bienes públicos como propios. Sus coetáneos en Asunción o en La Paz tendrán un comportamiento diferente. Sus ciudades no le invitan a cuidar el ornato colectivo. La lección que aprende es la contraria: el bien común no existe”¹

La cultura ciudadana encierra todos los principios éticos y Normas legales que enmarcan las sociedades modernas y civilizadas en que hoy nos desenvolvemos teniendo en muchos casos las ventajas que nos da la tecnología pero también las dificultades que nos proporciona el uso de ellas por parte de los miembros de la sociedad. Una ciudad y una sociedad se construyen entre todos, por esto el eje transversal de una sociedad debe ser la cultura ciudadana construida por todos sus habitantes.

En el SITPM se han desarrollado solo dos campañas educativas para la cultura ciudadana en la ciudad de Pereira (Móntese a la cebra y Rumba con vida) pero ninguna de estas ha sido enfática con las problemáticas que como investigadores vemos evidenciadas dentro del transporte público masivo (megabús).²

Entre las problemáticas que evidenciamos y que nos menciona el texto

¹ MONTANER, Carlos Alberto. Los latinoamericanos y la cultura occidental. 2003

²Fondo de prevención vial. Diagnóstico de la movilidad y cultura ciudadana en ciudades con SITMP. 19

Antropología del Megabús encontramos que, los usuarios no le dan prioridad al adulto mayor, niño, mujer embarazada, persona con discapacidad, no demuestran respeto al momento de entrar al vehículo y tampoco hay una apropiación del espacio en cuanto a lo estructural³, lo cual es necesario para el desarrollo de una cultura dentro del SITPM, desde este punto se genera una oportunidad inherente para nosotros como licenciados en comunicación e informática educativa para abordar la transmedia como estrategia educomunicativa en un contexto diferente al del aula de clase.

1.2 JUSTIFICACIÓN

La educomunicación como proceso para la transformación social y cultural es clave en una era de la información donde cada vez más se necesitan actores que sean partícipes de su propio cambio, aportando al mejoramiento y a la evolución de sus entornos, pero aun sabiéndose que la mejor forma de lograr una transformación cultural y social es haciendo partícipe a todos los sujetos.

Teniendo en cuenta que, en otros países se genera una cultura embrionaria que construye un funcionamiento, al parecer, adecuado para la movilidad y no hay antecedentes registrados que evidencien la presencia de estrategias radiales que ayuden al desarrollo de la cultura ciudadana y de la comunidad dentro de las rutas alimentadoras y rutas articuladas; damos por confirmada la posibilidad de ser precursores en la estrategia. En la ciudad de Pereira, la cultura ciudadana en el transporte público es un poco diferente, dicha cultura aún no está fortalecida tal como lo afirma el propio gerente del sistema de transporte⁴, pero nunca es tarde y existe la posibilidad de desarrollarla.

Dentro del transporte público masivo no se genera un espacio agradable donde se pueda construir cierto nivel de cultura que beneficie tanto a los usuarios locales como a los extranjeros. Es conveniente implementar el uso de productos visuales que sirvan como enlace a la web para darle lugar a dispositivos, como

³BEDOYA, Olga Lucía. Antropología de Megabús. 2006.

⁴JUDICIAL - Percepción de seguridad en Megabús- Edición electrónica Diario del Otún

En el texto: (Eldiario.com.co, 2017)

Bibliografía: Eldiario.com.co. (2017). *JUDICIAL - Percepción de seguridad en Megabús- Edición electrónica Diario del Otún*. [online] Available at:

<http://www.eldiario.com.co/seccion/JUDICIAL/percepci-n-de-seguridad-en-megab-s1607.html>

herramientas que emitan información para dar inicio al proceso interactivo y obtener así las bases para la transmediación.

Además de lo anterior es válido resaltar cómo esta estrategia educ comunicativa abre las puertas a una nueva orbe en donde la educ comunicación abandona el aula de clase para situarse en un entorno ordinario alejado del contexto educativo como lo es MEGABÚS; esto permitiéndole al licenciado en comunicación e informática educativa (LCIE) presenciar de manera diferente las nuevas lógicas y realidades que le rodean para así encontrar soluciones a problemáticas comunes desde su campo de acción, dejando así claro que el profesional en LCIE es apto para diseñar estrategias educativas y comunicativas en cualquier ámbito social y pedagógico, siendo oportuno y valioso para contextos de educación formal, no formal e informal.

1.3 PROBLEMÁTICA

Pereira ha empezado a crecer de manera rápida durante los últimos años prestando principalmente gran atención a la educación, permitiendo así que pueda contar con una de las mejores universidades del eje cafetero, la Universidad Tecnológica de Pereira, la cual cuenta con una población universitaria de alrededor de 18 mil estudiantes de los cuales, un gran número provienen de diferentes partes del país, por esto la Universidad Tecnológica de Pereira es un espacio idóneo para utilizar a modo de simulador de ciudad, ya que cuenta con población muy variada de múltiples características y formas de ver el mundo.

La población intervenida perteneciente a la comunidad educativa de la Universidad Tecnológica de Pereira son usuarios constantes de la ruta 27 de alimentadores del SITPM MEGABÚS y aunque los implicados varían en múltiples cualidades y permanencia dentro de este contexto, son usuarios que tienen como común denominador el uso frecuente de la ruta 27 de MEGABÚS para trasladarse frecuentemente hasta su contexto académico (Universidad Tecnológica de Pereira).

El contexto en el que se desenvuelve el usuario de la ruta 27 de la Universidad Tecnológica de Pereira es un contexto académico de institución donde este tiene unos derechos y deberes a cumplir de acuerdo a lo establecido por la

universidad, pero también se rige por una serie de leyes y normas no establecidas por la institución pero si creadas en común acuerdo entre la comunidad educativa. El usuario al trasladarse a la La ruta 27 de MEGABÚS se encuentra con una nueva lógica de correlación con el entorno y los demás usuarios, este contexto cuenta con normas, leyes, derechos y deberes que muchos de los usuarios no reconocen, ya que es un entorno en el cual permanecen poco tiempo y lo visualizan como un contexto de paso. La ruta 27 de MEGABÚS es una ruta relativamente nueva y desde que se iniciaron labores en MEGABÚS hasta el día de la implementación de la nueva ruta, tuvieron que pasar cerca de 10 años. La ruta beneficiará a más de 4 mil estudiantes de la Universidad Tecnológica de Pereira y fue implementada gracias a un estudio que determinó la urgencia de la nueva ruta.⁵

Existe una estrategia que, al parecer no tiene total recepción por parte de los usuarios, dicha estrategia no está fortalecida, cuenta con un slogan “Haces parte de la cultura MEGA”, pero tiene poca trascendencia, se encuentra en un sitio poco visible.

Los usuarios necesitan sentir la necesidad de visitar diferentes sitios donde obtengan información acerca del SITPM en general, necesitan la posibilidad de generar apropiación, del mismo modo cada individuo se encargará de compartir la cultura como tal dentro del imaginario Megabús.

Todos necesitamos transportarnos de un punto A, a un punto B por lo menos una vez en el día, la mayoría de los viajes aún son en medios de transporte público masivo (Megabus) pero es frecuente encontrar que diariamente más usuarios del SITPM migran al transporte particulares debido a muchas circunstancias, entre ellas el pobre desarrollo de la cultura ciudadana que hay dentro de los articulados y alimentadores del SITPM, MEGABÚS.

El único antecedente que se tiene de una estrategia educomunicativa enfocada al mejoramiento de la cultura ciudadana dentro de este sistema de transporte es la llamada “Megabús es una nota” la cual tenía como objetivo inculcar en estudiantes⁶ de diferentes colegios de la ciudad de Pereira y Dosquebradas⁷ el cuidado y el cumplimiento de las normas del sistema masivo Megabús por medio de la pintura, cada uno debía plasmar el objetivo propuesto.

⁵<http://www.eltiempo.com/colombia/otras-ciudades/ruta-de-megabus-llego-a-la-universidad-tecnologica-de-pereira-utp-39425>

⁶ 10.500 estudiantes de la ciudad de Pereira y 3.650 estudiantes del municipio de Dosquebradas.

⁷ 15 colegios de la ciudad de Pereira y 8 colegios del municipio de Dosquebradas.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo General

Diseñar una estrategia educomunicativa para ayudar al desarrollo de la cultura ciudadana dentro del sistema integrado de transporte público masivo de la ciudad de Pereira y su área metropolitana (MEGABUS) con los estudiantes de la UTP que son usuarios de dicho transporte.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Definir la población de la UTP que más usa la ruta 27 de Megabus.
- Establecer a qué tipo de estímulos están más receptivos los usuarios de MEGABÚS.
- Definir la norma o prohibición de MEGABÚS que se dará a conocer a los usuarios.

2. MARCO TEÓRICO

“Para el pez no hay “agua”, el líquido es su entorno natural y por lo tanto imperceptible hasta que lo sacamos del agua (Como se cita en Hipermediaciones (o cómo estudiar la comunicación sin quedar embobados frente a la última tecnología de California).”.⁸

Si asociamos la metáfora anterior al entorno digital y de comunidad y pensamos en él como un entorno natural, podemos encontrar similitudes en el entorno cotidiano. La metáfora ecológica tiene dos vertientes o concepciones. Una de ellas ve a los medios como un médium, o sea un ambiente o entorno “natural” donde los seres humanos nos movemos y vivimos sin llegar a percibir su existencia. Según McLuhan y Postman este médium modela nuestra vida individual y social. La otra vertiente o concepción de la metáfora se refiere a que, los medios son como especies que viven dentro de un ecosistema y nos ayudan a transformar y vivir lo cotidiano.⁹

Con lo anterior mencionado podemos dar las primeras pistas del por qué la educomunicación es un campo que debe mirarse más allá del aula de clase y situarlo en contextos de diversas índoles sociales y culturales. La educomunicación «para estimular la discusión, el diálogo, la reflexión y la participación»¹⁰ se hace consecuente en el desarrollo de cultura ciudadana ya que estaría rompiendo el paradigma de la imposición de cultura y se estaría dando un paso más allá al desarrollar la cultura ciudadana con la participación del colectivo que a fin de cuentas es el que sufre las modificaciones y las imposiciones culturales que unos pocos implantan. Es común que se vea a la educomunicación como un mero hecho instrumental, pero un acto educomunicativo va mucho más allá y de acuerdo con Daniel Prieto Castillo¹¹ «el hecho educativo es profunda, esencialmente comunicacional. La relación

⁸SCOLARI, Carlos Alberto. Hipermediaciones (o cómo estudiar la comunicación sin quedar embobados frente a la última tecnología de California).P.1

⁹SCOLARI, Revista LIS Letra Imagen y Sonido, Argentina 2010

¹⁰KAPLÚN, Mario. Una pedagogía de la comunicación P. 53

¹¹APARICI, Roberto. Comunicación educativa en la sociedad de la información. P. 82

pedagógica es en su fundamento una relación entre seres que se comunican, que interactúan, que se construyen en la interlocución». Conviene así señalar que nuestra educomunicación actual debe tener como finalidad la construcción y creación colectiva a través del intercambio simbólico y el flujo de significados, donde también se sume lo anteriormente dicho (Discusión, diálogo, reflexión y participación). Además de esto, una herramienta educomunicativa que ayude a crear comunidad dentro de un entorno de sociedad resulta claramente importante ya que como lo afirma Ferdinand Tonnies “En la comunidad existía un entendimiento compartido por todos sus miembros. Dicho entendimiento se da por descontado entre sus miembros, no se construye ni se consigue al cabo de un trayecto, sencillamente está ahí, precede a todos los acuerdos y desacuerdos de la interacción social y es el punto de partida de la convivencia comunitaria”.¹² Además, autores como Bauman dan certeza de la importancia de la comunidad y lo presenta con tres características fundamentales de este concepto y afirma que a) es distintiva respecto de otras, con claros límites de su espacio y el de los otros; b) es pequeña, esto es, la conforman pocos miembros de suerte que todos estén a la vista; c) es autosuficiente: abastece todas las necesidades y actividades que demandan sus miembros¹³. Estas tres características, dice Bauman, combinan sus fuerzas para proteger eficazmente a los miembros de la comunidad de los desafíos a sus usos habituales.

2.1 ESPACIO PÚBLICO

Si bien cada sujeto tiene diferentes percepciones de la realidad e imaginarios de los espacios que le rodean, existe un micro territorio donde este concepto de imaginario se transforma y toma colectividad, el sistema de transporte público masivo logra crear una imagen mental que todos comparten mientras viajan sentados o de pie alrededor de la ciudad que habitan; haciendo de la cotidianidad metropolitana un viaje lleno de significados y de construcción de un nuevo sentido de ciudad teniendo en cuenta que “...la vida de las sociedades humanas

¹²TONNIES, Ferdinand. Los conceptos de comunidad y sociedad.

¹³BAUMAN, Zygmunt. Comunidad: En busca de seguridad en un mundo hostil

en las formas de habitar la ciudad son sistemas adaptativos complejos que pasan por una reflexión conceptual inusual"¹⁴ además estos espacios y comportamientos pueden dar una muestra sustancial de lo que ocurre en el resto de la ciudad y que como lo argumenta Certeau "Las prácticas sociales cotidianas en el espacio urbano son una herramienta analítica y teórica desde la cual se puede entender la ciudad".¹⁵ Pero no es solo este testimonio el que nos invita a poner la lupa sobre los vivires cotidianos como herramienta de muestreo radiográfico para entender lo que sucede en la ciudad, Holloway y Hubbard sostienen que "analizar lo cotidiano nos advierte sobre la importancia de la gente como actores autónomos que creativamente se relacionan y le dan forma a sus entornos".¹⁶

Dentro de las relaciones humanas hay muchas cosas que son de vital importancia para que esta suceda de la mejor manera, además, hay elementos fundamentales para ésta, que también son importantes para el desarrollo de cada individuo en su cotidianidad y en su modo de estar en el mundo, una de estas acciones que más aportan al ser humano es el transporte ya que "...uno de los principales beneficios que suelen asociarse a la mejora de los transportes y comunicaciones es la reducción del tiempo necesario para realizar determinados desplazamientos, dejando así más tiempo disponible para dedicar a otras actividades, ya sea trabajo u ocio. De este modo, el transporte se convierte en un factor clave en el desarrollo de las actividades humanas, que dependerán en gran medida de la existencia de infraestructuras de transporte adecuadas a las necesidades de las sociedades actuales."¹⁷ pero más allá de las mejoras físicas en el marco de un sistema de transporte público eficiente, se debe ver al transporte como un fenómeno social y cultural que represente a los ciudadanos que lo usan, por lo tanto debe ser igual de importante escabullirse en el interior de los diferentes medios de transporte público para empezar a mejorarlo y fortalecerlo desde adentro, motivando así el uso indiscriminado de este por parte de cualquier clase social, y es que "El transporte puede agudizar o reducir las diferencias de clase en las comunidades."¹⁸ además, desde la percepción y la experiencia se debe iniciar el cambio de paradigma, combatiendo

¹⁴ HERNANDEZ, Iliana. GARCÍA, Raúl Niño Bernal. Estética y sistemas abiertos. P. 18

¹⁵ Certeau de Michel. The Practice of Everyday Life.

¹⁶ HOLLOWAY, Lewis. HUBBARD, Phil. People and Place: The Extraordinary Geographies of Everyday Life. P.37

¹⁷ Analistas económicos de Andalucía. El transporte: importancia económica y social. P 18.

¹⁸ ARBOLEDA VELEZ, German. El tránsito, el transporte y la cultura urbana. 1989. P 28.

por un medio de transporte más amigable con el usuario, donde todos se sientan cómodos, seguros y parte de un mismo bien común "cambiar la imagen del transporte público resulta ser un factor primordial para alentar a la gente a usar los transportes públicos en vez del auto privado, lo que se debe alcanzar con el apoyo de una estrategia de comunicación y de marketing innovadora y ambiciosa que trate a los usuarios como clientes."¹⁹Unos clientes que quieren ser escuchados, que quieren sentir que están pagando por un buen servicio en todos los términos posibles, pero en especial en el aspecto cultural y de convivencia, y a pesar de que el sistema de transporte público masivo es un "...espacio contractual en el que cotidianamente se practica la coexistencia de opiniones diversas."²⁰Sigue siendo un lugar en el que solo se puede percibir una sensación "Soledad, ésta sería sin duda la palabra clave de la descripción que podría intentar hacer un observador exterior del fenómeno social del metro."²¹Refiriéndose Marc Augé al metro pero generalizando en su escrito con todos los espacios de los transportes públicos.

Son las personas que de acuerdo a sus cosmovisiones y prácticas comunes, modifican y construyen la realidad en la que vive, mientras que esa misma realidad los va construyendo a sí mismos "Así como las personas construyen los lugares, los lugares construyen a las personas".²² Por eso es que lugares como un parque o un medio de transporte público masivo, donde convergen tantas cotidianidades y reflejos de ciudad se vuelven fundamentales en la representación de la ciudad, pudiendo ubicar este fenómeno en el tercer momento que menciona Lefebvre de acuerdo a el concepto de espacio como fenómeno social el cual "Involucra complejos simbolismos, algunas veces codificados y otras no, y estrechamente vinculado a los códigos clandestinos y underground de la vida social y también del arte"²³ Este momento del que habla Lefebvre es un momento que se puede articular con la concepción de Certeau afirmando que "ese es el espacio en el que se construye a diario, con las

¹⁹GUTIERREZ, Luis R. Transporte público de calidad y la movilidad urbana. 2013. P 12.

²⁰ AUGÉ, Marc. El viajero subterráneo. Un etnólogo en el metro. [en línea] Xalapa, Ver., AL FIN LIEBRE EDICIONES DIGITALES. 2009. P 35 [ref. Fecha de consulta: 19-09-2017-]. Disponible en Web: <<http://alfinliebre.blogspot.com/>>

²¹ AUGÉ, Marc. El viajero subterráneo. Un etnólogo en el metro. [en línea] Xalapa, Ver., AL FIN LIEBRE EDICIONES DIGITALES. 2009. P 26 [ref. Fecha de consulta: 19-09-2017-]. Disponible en Web: <<http://alfinliebre.blogspot.com/>>

²²HOLLOWAY LEWIS, Hubbard Phil. People and Place: The Extraordinary Geographies of Everyday Life. P 7.

²³LEFEBVRE Henri. Wiley: The Production of Space. P.33

acciones y las prácticas de la vida social”²⁴.

Dentro de esta arquitectura cotidiana que plantea Certeau, ocurre un fenómeno que resulta fácil ejemplificar con la gente que usa el sistema integrado de transporte público masivo (SITPM), este fenómeno se dice “está compuesto por las prácticas cotidianas de la gente que camina y usa la ciudad y al hacerlo la transforma”²⁵ esto ejemplificado a nuestra realidad y tomando como base el eje de este proyecto, el SITPM, resulta más que pertinente el mencionar cómo los usuarios de este medio de transporte tienen más acceso a la ciudad al transitar y observar a través de una ventana diariamente mientras dentro de las cápsulas automotrices se complementan con realidades y cotidianidades que se construyen entre sí, para así transformar ese entorno de movilidad y su entorno social y de comunidad. Esta transformación basada en lo cotidianidad ha llegado a crear el concepto de espacio público cotidiano. En relación a lo anterior Crawford afirma y define el espacio público como “Aquel que contiene múltiples y constantes cambios de significado, y no una claridad en su función. En la ausencia de una identidad en sí mismo, estos espacios son formados y redefinidos por las actividades transitorias y cambiantes que ellos alojan”²⁶ este espacio público al ser constantemente transformado y al ser cómplice de constantes cambios de significados, se hace necesario que un ente organizador participe como guía en el control de normas de convivencia y de uso, pero esto sin alterar las acciones y relaciones cotidianas de las que gozan por ejemplo los usuarios del SITPM por ejemplo, así que para esto este ente deberá tener en cuenta una inyección constante de comunidad para este entorno. Logrando así una guía de comportamientos basados en actitudes cotidianas de los usuarios.

Además de estos entes guías y organizadores, se requiere una solución un poco más efectiva y orgánica y es que “frente a los problemas crecientes en las ciudades, y en el mundo en general, un cambio sustancial de hábitos y formas de enfrentar las situaciones y la incertidumbre se hace urgente e

²⁴ HERNANDEZ GARCÍA, Iliana. NIÑO BERNAL, Raúl. Estéticas y sistemas abiertos. P.22

²⁵ HERNANDEZ GARCÍA, Iliana. NIÑO BERNAL, Raúl. Estéticas y sistemas abiertos. P.22

²⁶ CRAWFORD, Margaret. Everyday Urbanism.

indispensable”.²⁷ Estos cambios los generan los sistemas adaptativos y la mejor forma de ver el reflejo de una sociedad es por medio de estos, ya que estos se adaptan y se transforman para el funcionamiento más adecuado y más beneficioso para sus integrantes. El SITPM como entorno donde convergen personas de múltiples sistemas adaptativos, es una oportunidad para que se construya sociedad por medio de la unión de múltiples comunidades que allí se encuentran y es que “Las dimensiones éticas y estéticas de las prácticas cotidianas evidencian la belleza e inteligencia de lo efímero, de lo ordinario. Esto, aplicado al espacio y a la ciudad, pone de manifiesto el valor tanto de la “gente común” como de las “acciones comunes”²⁸ Sin embargo es sumamente importante el hecho de que MEGABUS tenga un espacio en el cual el usuario se sienta identificado con su cotidianidad y con su comunidad, el usuario debe estar en un contexto en donde se sienta íntimo a él y es que “El medio ambiente construido debe representar el estilo de vida del grupo social, es decir, su cultura, ya que si no lo hace la gente misma se encargará de transformarlo”.²⁹

Más allá de la importancia de los lugares de hábitat del ser de la urbe, es quizá más importante los no lugares de hábitat, entendiendo por no lugar como “Un espacio que no puede definirse ni como espacio de identidad ni como relacional ni como histórico.”³⁰ pero ¿Porque darle tanta importancia a un lugar en donde aparentemente no pasa nada pero a la vez pasa mucho mientras se está en un lugar sin identidad ni historia? pues porque los no lugares “son la medida de la época, medida cuantificable y que se podría tomar adicionando, después de hacer algunas conversiones entre superficie, volumen y distancia, las vías aéreas, ferroviarias, las autopistas y los habitáculos móviles llamados “medios de transporte” (aviones, trenes, automóviles), los aeropuertos y las estaciones ferroviarias, las estaciones aeroespaciales, las grandes cadenas hoteleras, los parques de recreo, los supermercados, la madeja compleja, en fin, de las redes de cables o sin hilos que movilizan el espacio extraterrestre a los fines de una comunicación tan extraña que a menudo no pone en contacto al individuo más

²⁷ HERNANDEZ GARCÍA, Iliana. NIÑO BERNAL, Raúl. Estéticas y sistemas abiertos. P.37

²⁸ HERNANDEZ GARCÍA, Iliana. NIÑO BERNAL, Raúl. Estéticas y sistemas abiertos. P.39

²⁹ HERNANDEZ GARCÍA, Iliana. NIÑO BERNAL, Raúl. Estéticas y sistemas abiertos. P.39

³⁰ AUGÉ, Marc. Los no lugares espacios del anonimato, una antropología de la sobre modernidad. 1992. P 43

que con otra imagen de sí mismo.”³¹ Además de esto, los no lugares traen consigo una serie de características un no lugar es aquel lugar al que entramos para salir de este, aquél lugar que no sentimos como propio, un no lugar es más que un espacio físico, es una actitud, un sentir, un ser. “se ve claramente que por “no lugar” designamos dos realidades complementarias pero distintas: los espacios constituidos con relación a ciertos fines (transporte, comercio, ocio), y la relación que los individuos mantienen con esos espacios... los no lugares crean la contra actualidad solitaria.”³²

Los no lugares tratan de tener siempre una relación con el usuario o habitante de este, esta relación no va más allá de ser una guía de comportamiento y se puede evidenciar de diferentes formas, ya sea textual, visual o auditiva “...Pero los no lugares reales de la sobre modernidad, los que tomamos cuando transitamos por la autopista, hacemos las compras en el supermercado o esperamos en un aeropuerto el próximo vuelo para Londres o Marsella, tienen de particular que se definen también por las palabras o los textos que nos proponen: su modo de empleo, en suma, que se expresa según los casos de modo prescriptivo, prohibitivo o informativo y que recurre tanto a ideogramas más o menos explícitos y codificados como a la lengua natural.”³³ y es que al ser un espacio de ocupar individualmente, donde solemos estar en compañía de nuestros pensamientos y de nuestra percepción del mundo, debe existir una forma en que el no lugar se comunique con sus habitantes y de esta manera logre haber un modo de vida organizado “Así son puestas en su lugar las condiciones de circulación en los espacios donde se considera que los individuos no interactúan sino con los textos sin otros enunciadores que las personas "morales" o las instituciones (aeropuertos, compañías de aviación, ministerio de transportes, sociedades comerciales, policía caminera, municipalidades).”³⁴ De esta manera es que dentro del no lugar se crea un solo lenguaje que entienden y comparten tanto las instituciones morales como sus integrantes, empleadores

³¹AUGÉ, Marc. Los no lugares espacios del anonimato, una antropología de la sobre modernidad d. 1992. P 45

³²AUGÉ, Marc. Los no lugares espacios del anonimato, una antropología de la sobre modernidad. 1992. P 52

³³AUGÉ, Marc. Los no lugares espacios del anonimato, una antropología de la sobre modernidad. 1992. P 53

³⁴AUGÉ, Marc. Los no lugares espacios del anonimato, una antropología de la sobre modernidad. 1992. P 53

y moradores habituales “...el no lugar es el que crea la identidad compartida de los pasajeros, de la clientela o de los conductores del domingo.”³⁵

Resulta apropiado percibir un no lugar como un lienzo en blanco en el cual poder pintar por medio de diferentes soportes comunicativos, la experiencia y sentido social y hasta comunal que se quiera transmitir en este espacio “Hoy, la frecuentación de los no lugares ofrece la posibilidad de una experiencia sin verdadero precedente histórico de individualidad solitaria y de mediación no humana (basta un cartel o una pantalla) entre el individuo y los poderes públicos.”³⁶

La movilidad y la forma en que se transportan los ciudadanos son el reflejo del desarrollo de sus ciudades, el transporte público se convierte en un lugar de democracia donde convive el rico y el pobre, donde se tejen relaciones sociales y donde se construye sociedad por medio del contacto hombro a hombro por esto “Es necesario partir de las demandas sociales de la comunidad, pues la movilidad urbana empieza a ser acuciante como problema incremental que afecta no solo el espacio-tiempo de la sociedad, sino los ecosistemas ecológicos del entorno urbano. En esta perspectiva, y como solución urgente a las demandas sociales, se propone una parte de las soluciones a través de la tecnología eficiente del transporte”³⁷ definiendo la tecnología de transporte como un transporte “no contaminante, público, de amplia cobertura, con vías especiales o exclusivas y una organización en materia espacial de paraderos, estacionamientos, mantenimiento, entre otras características”³⁸ dentro de esas otras características que se mencionan en la anterior cita, cabe la construcción de cultura ciudadana y el aporte de la comunidad al entorno del SITPM, la cual se hace sumamente importante ya que “La vida dentro de un organismo vivo, o los sistemas vivos en los principios de la nueva cultura de la información, involucra a los humanos (habitantes del entorno de ciudad)...requerimos de una sociedad halo céntrica, desprovista de intereses particulares y más bien

³⁵AUGÉ, Marc. Los no lugares espacios del anonimato, una antropología de la sobre modernidad. 1992. P 55

³⁶AUGÉ, Marc. Los no lugares espacios del anonimato, una antropología de la sobre modernidad. 1992. P 65

³⁷ HERNANDEZ GARCÍA, Iliana. NIÑO BERNAL, Raúl. Estéticas y sistemas abiertos. P.42

³⁸ HERNANDEZ GARCÍA, Iliana. NIÑO BERNAL, Raúl. Estéticas y sistemas abiertos. P.42

concentrada en los bienes comunes en los que se cimienta la vida en general...”³⁹

Siendo el espacio público el lugar en donde confluyen los ciudadanos, es preciso afirmar que este lugar debe ser un lugar con normas de convivencia establecidas y no establecidas para que el statu quo del espacio-tiempo se mantenga “La socialización realizada en el espacio público involucra la práctica de actividades para la convivencia, la integración y la forma lúdica del intercambio social. Además, establece diversos vínculos de pertenencia con ciertos lugares, apropiados simbólicamente por los ciudadanos mediante las imágenes urbanas que configuran”⁴⁰

La comunidad en un medio tan hostil como puede ser un SITPM lleno de seres con infinitas cosmovisiones, puede aplacar aquellas actitudes negativa, miedos y frustraciones dadas a la presión del entorno, ya que como Bauman afirma “no cabe duda de que marchar hombro con hombro a lo largo de una o dos calles, levantar una barricada en compañía de otros o el roce en trincheras abarrotadas puede proporcionar un momentáneo alivio de la soledad”.⁴¹ Además de esto es normal que “Hombres y mujeres buscan grupos a los cuales pertenecen, con seguridad y para siempre, en un mundo en el que todo lo demás se mueve y se desplaza, donde ninguna otra cosa es segura (como se cita en Modernidad Líquida. P. 92)”⁴² Por lo anterior, resulta soñado que podamos encontrarnos identificados con un espacio o un servicio público en el cual encontremos gotas de la comunidad que me representa.

McMillan y Chavis promulgan un concepto de comunidad que puede solucionar grandes problemas sociales debido a su aporte al entorno y es que estos afirman que la comunidad es “un sentimiento que los miembros tienen de pertenencia, un sentimiento de que los miembros son importantes para los demás y para el grupo, y una fe compartida en que las necesidades de los miembros serán

³⁹ HERNANDEZ GARCÍA, Iliana. NIÑO BERNAL, Raúl. Estéticas y sistemas abiertos. P.50

⁴⁰ HERNANDEZ GARCÍA, Iliana. NIÑO BERNAL, Raúl. Estéticas y sistemas abiertos. P.62

⁴¹ BAUMAN, Zygmund. Comunidad: En Busca de Seguridad en un Mundo Hostil. P.10

⁴² HOBBSAWM, Eric. “The cult of identity politics”, en: New Left Review, 217, 1998, P. 40.

atendidas a través del compromiso de estar juntos”⁴³

En el espacio público en el cual conviven los usuarios recurrentes de MEGABUS son reiterados los acontecimientos en los que se vulnera la integridad y la tranquilidad de sus beneficiarios, convirtiendo este lugar en un lugar hostil en donde prima la supervivencia. Este fenómeno se puede combatir integrando el concepto de comunidad e insertando pequeñas micro comunidades en un espacio social, esto teniendo en cuenta los cuatro componentes que según McMillan y Chavis

“Pertenencia: Consiste en el sentimiento de haber invertido parte de sí mismo en la comunidad, y de pertenecer a ella. Concretamente, esto conlleva (a) la delimitación de una frontera entre los miembros y los que no lo son, (b) la existencia de un sistema de símbolos compartidos, (c) la experiencia de seguridad emocional, (d) la inversión personal en la comunidad y, finalmente, (e) el sentimiento de pertenencia e identificación.

Influencia: Hace referencia al poder que los miembros ejercen sobre el colectivo, y recíprocamente al poder de las dinámicas del grupo sobre sus miembros. Las personas se sienten más atraídas por los grupos en los que pueden ejercer influencia. En esta línea, no es infrecuente encontrar en las comunidades una estructura centro-periferia, en la que los individuos con un sentimiento más fuerte de comunidad son las más activos en las dinámicas del grupo y se convierten en un referente para el resto de participantes.

Integración y satisfacción de necesidades: Este elemento tiene que ver, en primer lugar, con los valores compartidos por los miembros del grupo. Por ejemplo, muchas organizaciones de voluntariado se basan en el compromiso religioso de sus miembros. En segundo lugar, se refiere al intercambio de recursos para satisfacer las necesidades de los integrantes. En el caso de las comunidades de inmigrantes, los compatriotas pueden convertirse en un recurso fundamental en el proceso de adaptación (Maya Jariego, 1999).

Conexión emocional compartida: Finalmente, los miembros reconocen la

⁴³McMillan y Chavis. Sense of community. P. 9.

existencia de un lazo compartido. Este vínculo es el resultado del contacto positivo prolongado y de participar de experiencias y una historia comunes”⁴⁴

Por ejemplo en el primer componente, en una ruta específica de MEGABUS, en donde los usuarios comparten características específicas como zona donde viven, costumbres, formas de ver el mundo, entre otras, todo esto en el marco del estilo de vida que llevan los ciudadanos. La pertenencia viene delimitada por el sistema de transporte que usan desde su zona donde comparten y viven comunidad hasta sus lugares de trabajo, de estudio, entre otros. Como resultado empiezan a sentir la ruta que usan como propia, ya que se convierte en parte de ellos por ser el lugar de convergencia que comparten a diario hombro a hombro.

El segundo componente ejemplificado en el contexto de nuestro objeto de estudio, se verá evidenciado en cómo los miembros de una comunidad de una ruta específica, ejercerán control con aquellos que no lo son y que presentan comportamientos indebidos dentro del SITPM

El tercer componente representaría la necesidad compartida de viajar diariamente y de compartir el espacio con otros de la misma comunidad dentro del SITPM; este componente al igual que los otros están relacionados, y es que por ejemplo en el componente número cuatro, los usuarios de MEGABUS compartirán esas historias y ese contexto por el que pasan a diario, comparten las mismas problemáticas, los mismos sentires, los mismos imaginarios y la misma cotidianidad vivida en el sistema de transporte.

Pero para que exista una verdadera comunidad dentro de un contexto con estas características tan inestables y volubles, deben crearse o movilizarse estas características “una historia común, compartir experiencias comunes, desarrollo de relaciones emocionales entre las personas y una pertenencia al grupo que conlleve el reconocimiento de una identidad y destino comunes para los miembros del grupo”⁴⁵

⁴⁴McMillan y Chavis. Sense of community. P. 10

⁴⁵McMillan y Chavis. Sense of community. P. 32

2.2 COMUNIDAD

Desde que se nace, el ser humano se desenvuelve en diferentes contextos que lo permean de diferentes conocimientos y experiencias; se transita por variados entornos que nos alimentan como seres humanos en relación y al progreso de la sociedad y de los demás conciudadanos. Muchos de estos lugares y entornos nos dejan claro que no somos solos con el mundo sino que estamos juntos para el mundo y los otros. Todos estos lugares y entornos se pueden clasificar en dos conceptos, comunidad y sociedad; siendo el primero el más importante para la vida humana ya que "La comunidad ha servido como sistema de apoyo a los individuos que forman parte de él."⁴⁶ Generando en estos seres comunitarios la sensación de no estar solos y de poder tener un hombro en el cual apoyarse en la adversidad, esto sucede de manera natural ya que como lo define Tönnies, "la comunidad es la vida real y orgánica...común, duradera y auténtica"⁴⁷ Pero antes de adentrarnos en el concepto de comunidad y en lo importante de transportar este concepto y esta sensación hacia un espacio social, nos posaremos sobre la vida urbana y el modo de ser de la sociedad contemporánea de las grandes ciudades. Son las grandes ciudades las que evolucionan más rápido en cuanto al desarrollo científico, social y cultural pero dadas las grandes densidades y números de población, traen consigo muchas problemáticas que dificultan una vida natural en comunidad ya que aumentan las diferencias entre un individuo y otro, tal como lo menciona Louis Wirth al declarar que "Cuanto mayor es el número de individuos que participan en un proceso de interacción, mayor es la diferenciación potencial entre ellos"⁴⁸ pero esta puede ser un

⁴⁶ Álvaro, D., 2010, "Los conceptos de "comunidad" y "sociedad" de Ferdinand Tönnies", en Papeles del CEIC, vol. 2010/1, nº 52, CEIC (Centro de Estudios sobre la Identidad Colectiva), Universidad del País Vasco, <http://www.identidadcolectiva.es/pdf/52.pdf>

⁴⁷ Álvaro, D., 2010, "Los conceptos de "comunidad" y "sociedad" de Ferdinand Tönnies", en Papeles del CEIC, vol. 2010/1, nº 52, CEIC (Centro de Estudios sobre la Identidad Colectiva), Universidad del País Vasco, <http://www.identidadcolectiva.es/pdf/52.pdf>

⁴⁸ WIRTH, Louis. (2017). *bifurcaciones 002 - colección reserva - Louis Wirth, "El urbanismo como modo de vida"*. [online] Bifurcaciones.cl. Available at: <http://www.bifurcaciones.cl/002/reserva.htm> [Accessed 16 Sep. 2017].

ingrávido problema con múltiples soluciones, sin embargo puede desencadenar muchas actitudes y modos de ser y estar en la ciudad respecto a los individuos, provocando en estos un cambio de postura de los seres para con sí mismo y los otros "Desde un punto de vista sociológico, un gran número de habitantes y una gran densidad de población significan que el conocimiento personal mutuo entre los habitantes, de ordinario inherente a una vecindad, no existe. El aumento cuantitativo involucra así un cambio en el carácter de las relaciones sociales."⁴⁹ Muchas veces este cambio de carácter no es del todo beneficioso, puesto que se tiende a repeler al otro al desconocerlos y es allí donde se produce una actitud abrumadora y de rechazo continuamente "La multiplicación de personas en un estado de interacción bajo condiciones que hacen imposible su contacto como personalidades completas produce esa segmentación de las relaciones humanas interpretada a veces por los estudiosos de la vida mental de las ciudades como una explicación del carácter "esquizoide" de la personalidad urbana."⁵⁰ Esta personalidad se caracteriza según Wirth por permanecer con el otro en una actitud de reserva, indiferencia y hastío, pero además cuando hay gran movimiento de gran número de individuos se da lugar a roces, a irritación y a las tensiones nerviosas que derivan en frustraciones personales y que terminan siendo estas actitudes simplemente recursos de auto-inmunización contra las exigencias personales y las expectativas de otros, pues a pesar de que la ciudad permite tantos acercamientos entre individuos, estos acercamientos no van más allá de ser unos acercamientos impersonales, superficiales, transitorios y segmentados⁵¹

La ciudad, específicamente los lugares públicos por donde pasan a diario cientos y miles de personas, cada uno con un modo de ser y estar diferente al de cualquier otro sujeto en el mismo contexto, da lugar a múltiples interacciones en especial de carácter netamente físico que a su vez resultan insignificantes si las ubicamos en un plano de construcción y de desarrollo social, puesto que resultan

⁴⁹ WEBER, Max. Economía y sociedad. 1925. P 514

⁵⁰ WIRTH, L. (2017). *bifurcaciones 002 - colección reserva - Louis Wirth, "El urbanismo como modo de vida"*. [online] Bifurcaciones.cl. Available at: <http://www.bifurcaciones.cl/002/reserva.htm> [Accessed 16 Sep. 2017].

⁵¹ WIRTH, L. (2017). *bifurcaciones 002 - colección reserva - Louis Wirth, "El urbanismo como modo de vida"*. [online] Bifurcaciones.cl. Available at: <http://www.bifurcaciones.cl/002/reserva.htm> [Accessed 16 Sep. 2017].

vacías y efímeras “El frecuente y estrecho contacto físico unido a una gran distancia social acentúa la reserva mutua de individuos desligados entre sí, la que, de no estar compensada por otras oportunidades para una respuesta, es causa del sentimiento de soledad.” Este sentimiento de soledad del que habla Wirth no es más que el resultado de una ciudad que ha dejado de lado la vida comunal de la que tanto habla Ferdinand, una vida en donde somos todos compañeros de espacio, de vecindad, de apoyo y de goce común “Vida comunal es posesión y goce mutuos, y es posesión y goce de bienes comunes. La voluntad de poseer y gozar es voluntad de proteger y defender. Bienes comunes, y males comunes; amigos comunes y enemigos comunes.”⁵²

Esta soledad que no goza el ciudadano promedio dentro de la urbe, lo convierte en un nómada sin apegos, puesto que “El habitante de la ciudad no es propietario de su hogar, dado que un hábitat transitorio no genera tradiciones y sentimientos firmes, solo raramente es en realidad un vecino”⁵³Aun así el ser urbano se ve afectado por las diferentes dinámicas que trae consigo la ciudad y que alimenta y avivan ese fuego llamado soledad esquizofrénica, sin embargo estos mismos afectan aquellas dinámicas físicas que hacen mover los engranajes de la gran urbe “La pauta del uso de la tierra, de los valores de la tierra, de las rentas y la propiedad, de la naturaleza y funcionamiento de las estructuras físicas, de las viviendas, de los servicios de transporte y comunicación, de los servicios públicos, estas y otras fases del mecanismo físico de la ciudad no son fenómenos aislados y no relacionados con la ciudad como entidad social, sino que son afectados por el modo urbano de vida, al que a su vez afectan.”⁵⁴

La comunicación ha sido un eje principal en el desarrollo y la preservación de las diferentes culturas, comunidades y sociedades, este motor social debería ser más fuerte en las grandes ciudades donde más sujetos están hombro a hombro juntos, sin embargo esto no sucede ya que “Los rasgos característicos del modo de vida urbano han sido a menudo descritos sociológicamente como

⁵²TONNIES, Ferdinand. Comunidad y Sociedad. 1887. P 43.

⁵³WIRTH, L. (2017). *bifurcaciones 002 - colección reserva - Louis Wirth, "El urbanismo como modo de vida"*. [online] Bifurcaciones.cl. Available at: <http://www.bifurcaciones.cl/002/reserva.htm> [Accessed 16 Sep. 2017].

⁵⁴WIRTH, L. (2017). *bifurcaciones 002 - colección reserva - Louis Wirth, "El urbanismo como modo de vida"*. [online] Bifurcaciones.cl. Available at: <http://www.bifurcaciones.cl/002/reserva.htm> [Accessed 16 Sep. 2017].

consistentes en la sustitución de contactos primarios por secundarios."⁵⁵ Pero esto no sucede solo por el afán de los sujetos sobre el pavimento mientras corren hacia sus lugares de destino, sino por el debilitamiento de los vínculos de parentesco y la decadencia de la significación social de la familia que trae consigo "La desaparición del vecindario y la socavación de las bases tradicionales de la solidaridad social."⁵⁶

Sin embargo la comunicación en este contexto social aún no está perdida, ya que el acto comunicativo es inherente en el ser humano desde el inicio de su historia, es algo orgánico y natural que a pesar de estar debilitado en muchos contextos, es de fácil recuperación gracias a su naturaleza y a diferentes agentes encargados de esto y es que a pesar de que "Cuando más grande es la cantidad de personas en estado de interacción, más bajo es el nivel de comunicación y mayor es la tendencia de la comunicación a funcionar sobre un nivel elemental, es decir, sobre la base de aquellas cosas que son supuestamente comunes y de interés general."⁵⁷ Para esto es necesario de entidades que inserten su mano en el juego y muevan los hilos generadores de cambio y desarrollo "Similarmemente, las instituciones culturales, tales como escuelas, cinematógrafos, radios y periódicos, en virtud del carácter masivo de su clientela debe operar necesariamente como influencias niveladoras."⁵⁸ Aquí la radio como influencia niveladora y como influencia comunitaria dentro de un contexto social es donde su interés empieza a ser más relevante.

La comunidad es un lugar en el que todos queremos estar pero del cual más nos alejamos en proporción al crecimiento de las ciudades. La comunidad resulta ser un concepto atractivo para la mayoría de oídos que lo escuchan y ojos que lo

⁵⁵WIRTH, Louis. (2017). *bifurcaciones 002 - colección reserva - Louis Wirth, "El urbanismo como modo de vida"*. [online] Bifurcaciones.cl. Available at: <http://www.bifurcaciones.cl/002/reserva.htm> [Accessed 16 Sep. 2017].

⁵⁶WIRTH, Louis. (2017). *bifurcaciones 002 - colección reserva - Louis Wirth, "El urbanismo como modo de vida"*. [online] Bifurcaciones.cl. Available at: <http://www.bifurcaciones.cl/002/reserva.htm> [Accessed 16 Sep. 2017].

⁵⁷WIRTH, Louis. (2017). *bifurcaciones 002 - colección reserva - Louis Wirth, "El urbanismo como modo de vida"*. [online] Bifurcaciones.cl. Available at: <http://www.bifurcaciones.cl/002/reserva.htm> [Accessed 16 Sep. 2017].

⁵⁸WIRTH, Louis. (2017). *bifurcaciones 002 - colección reserva - Louis Wirth, "El urbanismo como modo de vida"*. [online] Bifurcaciones.cl. Available at: <http://www.bifurcaciones.cl/002/reserva.htm> [Accessed 16 Sep. 2017].

leen, este confort que se experimenta al presenciar estas 8 letras que permanecen unidas al igual que el concepto que transmiten se debe a que “En la comunidad podemos contar con la buena voluntad mutua...En comunidad podemos relajarnos, nos sentimos seguros, no hay peligros emboscados en rincones oscuros...Nunca somos extraños los unos a los otros.”⁵⁹ Con todas estos atributos conceptuales, ¿Quién se resistiría a sumergirse en el mar de la vida comunal? y es que a pesar de esas grandes barreras urbanas que muchas veces nos impide pertenecer a una comunidad que nos brinde abrigo, hacemos lo posible por regresar e integrarnos a una nuevamente, pues a pesar de la naturaleza evolutiva y anarquista de la gran urbe “La comunidad representa el tipo de mundo al que por desgracia, no podemos acceder, pero que deseamos con todas nuestras fuerzas habitar y del que esperamos volver a tomar posesión.”⁶⁰

Sin embargo además de la belleza de las palabras que sirven para caracterizar el concepto de comunidad, se debe dejar claro que solo se le puede llamar así a una relación social “...si, y en la medida que la disposición a la acción reposa... sobre una común pertenencia subjetivamente sentida (afectiva o tradicional) por los individuos que participan en ella.”⁶¹ Además de esto, debe existir otro precepto de elemental ejecución enmarcado en esta noción y es que “Donde quiera que se encuentren seres humanos enlazados entre sí de un modo orgánico por su voluntad y afirmándose recíprocamente, existe comunidad.”⁶² Que lo anterior ocurra resulta conveniente a la hora de situar la comunidad en un estado de desarrollo, fortalecimiento y mejora constante de las diferentes situaciones, realidades y espacios físicos sobre las que se posan los miembros de esta, ya que allí “Podemos discutir, pero son discusiones amables; se trata simplemente de que todos intentamos mejorar todavía más y hacer nuestra convivencia aún más agradable.”⁶³

La comunidad suele experimentarse en lugares ya muy bien definidos por

⁵⁹BAUMAN, Zygmunt. Comunidad: En busca de seguridad en un mundo hostil. P.V.

⁶⁰BAUMAN, Zygmunt. Comunidad: En busca de seguridad en un mundo hostil. P.VII.

⁶¹ WEBER, Max. Wirtschaft und Gesellschaft, Tubinga. P 38.

⁶²TONNIES, Ferdinand. Comunidad y Sociedad. P 33.

⁶³BAUMAN, Zygmunt. Comunidad: En busca de seguridad en un mundo hostil. P.V.

algunos autores que se han dedicado al estudio de esta concepción; estos lugares y situaciones al leerlas nos pueden resultar muy familiares puesto que todos hemos pasado por al menos uno de estos contextos, algunos de estos espacios comunales, los podemos vivir en específicamente en tres especies originarias como lo llama Tonnies, las cuales son “1- El parentesco, 2- La vecindad, 3- La amistad.”⁶⁴ Es esta última especie ligada a la segunda, quizá las más importantes para la relación ideológica con lo dicho en apartados anteriores.

La vecindad es posible experimentarla en los lugares que frecuentamos, vemos al otro constantemente y esto de manera directa e indirectamente nos obliga a relacionarnos de forma más cercana “La vecindad es el carácter general de la convivencia en el poblado donde la proximidad de las viviendas, los bienes comunales o la mera contigüidad de los campos, determina numerosos contactos entre los hombres y hace que estos se acostumbren a tratarse y conocerse mutuamente.”⁶⁵

Con la amistad ocurre algo totalmente diferente, ya que los miembros de la comunidad son un poco más fortuitos pero aun así tienen como común un área en donde se desenvuelven en un mismo arte o profesión, “La amistad se hace independiente del parentesco y de la vecindad, como condición y efectos de actuaciones y concepciones coincidentes; de ahí que suela producirse más fácilmente a base de pertenecer a un oficio o arte iguales o semejantes...de esta suerte, a modo de compañeros de arte y condición social, que se conocen mutuamente y que en realidad son también correligionarios, se sienten unidos por doquiera por un vínculos espiritual y partícipes en una misma labor común.”⁶⁶ Estos dos términos, vecindad y amistad, resultan apropiados para hacer una leve pero evidente clasificación del tipo de relación que se trenza dentro de la Universidad Tecnológica de Pereira y que además por las características anteriormente mencionadas en este escrito, nos brinda la posibilidad de trasladar este sentido de comunidad a los articulados del SITPM de la ciudad de Pereira y su área metropolitana.

⁶⁴TONNIES, Ferdinand. Comunidad y Sociedad. P 33.

⁶⁵TONNIES, Ferdinand. Comunidad y Sociedad. P 34.

⁶⁶Tonnies, Ferdinand. Comunidad y Sociedad. P 34.

En términos finales de este capítulo, cabe resaltar la importancia de modificar espacios sociales transformándolos en espacios comunales y de esta manera permitir naturalmente cambios favorables dentro de estos contextos. Es la comunidad lo más congénito que tienen las relaciones humanas, se tejen y se mantienen relaciones comunales desde el principio de la vida de cada uno de los sujetos con un vecino, una familia o un amigo al lado “La comunidad misma debe ser entendido como organismo vivo y la sociedad como agregado y artefacto mecánico.”⁶⁷ Con tantas condiciones artificiales y tantos artefactos y relaciones postizas que rodean al ser urbano, es hora de volver a lo auténtico y natural en el ser humano, al menos en lo que a relaciones humanas nos concierne. Lo artificial es sustituible y reemplazable pero “La comunidad es por naturaleza, y como naturaleza, insustituible...la sociedad es una copia cuyo modelo ideal es la comunidad.”⁶⁸

2.3 EDUCACIÓN: TEORÍA DE APRENDIZAJE

Aprendizaje significativo - David Ausubel

El aprendizaje significativo es un proceso de suministrar, educar e ilustrar nuevos conocimientos y agregarlos a unos ya apropiados a lo largo de la transición en la vida.

El encaje de los nuevos conocimientos los cuales son obtenidos en la academia o en el diario vivir es un proceso el cual facilita el aprendizaje además de tener la ventaja de que la información sea más duradera y tenga una relación con una información ya existente y de esta manera los recursos cognitivos del estudiante tenga un ejercicio diario para un mejor desarrollo de su memoria de largo plazo.

Esta teoría se categoriza en dos secciones, aprendizaje por descubrimiento el cual consiste en que el alumno o la persona como tal emplea los recursos que

⁶⁷Tönnies, Ferdinand. Comunidad y Sociedad. P 21.

⁶⁸ Álvaro, D., 2010, “Los conceptos de “comunidad” y “sociedad” de Ferdinand Tönnies”, en Papeles del CEIC, vol. 2010/1, nº 52, CEIC (Centro de Estudios sobre la Identidad Colectiva), Universidad del País Vasco, <http://www.identidadcolectiva.es/pdf/52.pdf>

tiene a su alrededor para así llegar a encontrar la información que solicitada por una necesidad o por simple deseo personal; está también el aprendizaje por recepción en la que el educando es totalmente pasivo y receptivo a la información la cual se le brinda o explica a través de un video, lectura o explicación frente a un par, está a diferencia del aprendizaje por descubrimiento se manejan las emociones del estudiante ya que de él depende si se es abordada o entendida la información nueva como un aprendizaje significativo o si no hay interés alguno se toman solo los conceptos.

De lo anterior cabe resaltar ese aprendizaje por recepción como el más apropiado para utilizar dentro de MEGABÚS, ya que el educando permanecerá en una actitud pasiva frente a los conocimientos y que se le están presentando de manera radiofónica. Este proceso de enseñanza ahorra tiempo ya que el educando sólo se debe preocupar por internalizar los conocimientos para que pueda recuperarlos en un momento o situación posterior.

El ser humano aprende cosas nuevas constantemente desde su nacimiento hasta el final de sus días y esto lo hace en diferentes contextos de aprendizaje, para ello se pueden clasificar en contextos de aprendizaje formal, contexto de aprendizaje no formal y contexto de aprendizaje informal. Este último será de gran interés para esta intervención, ya que allí es donde se desenvolverá. El lugar en el que se realizará el proceso educativo de los usuarios de MEGABÚS se puede definir y enmarcar dentro de este tipo de ambiente ya que los contextos informales refieren al proceso educativo que acontece indiferenciada y subordinadamente a otros procesos sociales; es decir, cuando está inmerso en otras realidades culturales (Trilla et al. 1993). Este contexto de educación informal es quizá el más importante de los tres ya que es acá donde el ser humano aprende durante toda su vida puesto que no es necesario que ingrese a una escuela o a un instituto para apropiarse de nuevos conocimientos; En este contexto de aprendizaje las personas adquieren y acumulan conocimientos, habilidades y actitudes mediante las experiencias cotidianas y su relación con el medio ambiente.⁶⁹

A pesar de que el contexto informal de aprendizaje carece de estructuración, puesto que no están jerárquicamente estructurados sus conocimientos y el sujeto

⁶⁹ ROCÍO BELÉN, Martín. Contextos de Aprendizaje: formales, no formales e informales. P 4.

se ve enfrentado a diferentes conocimientos en cualquier momento del día y de la vida; el contexto informal de aprendizaje si consta de universalidad, vinculando así a todos los sujetos en el proceso de aprendizaje en cualquier momento y espacio. Es así como se pretende que suceda en el contexto interno de los alimentadores de la ruta 27 de MEGABÚS, dándoles la posibilidad a los usuarios de que aprendan nuevas formas de comportamiento más adecuadas dentro del SITPM de acuerdo a sus lógicas culturales que ya traen desde la academia (Universidad Tecnológica de Pereira).

Para lo anterior es imprescindible tener en cuenta las características físicas de los vehículos con que cuenta MEGABÚS y los estímulos a los que el usuario promedio respondería de la mejor manera. Estos vehículos al no contar con espacios adicionales para flyers o pantallas para la proyección de video y solo contar con altavoces, nos dan evidencia clara de que el medio más apropiado para abordar la estrategia educocomunicativa, son los mensajes radiales o radio comunitaria. Además de esto, siendo la radio un medio de comunicación basado netamente en la oralidad, hace que sea un medio cercano a la gente, en este caso a los usuarios de MEGABÚS, siendo además la oralidad una forma comunicativa... que permite una activación de la memoria.⁷⁰ Más allá de esto, la capacidad que ha tenido la radio como eje de transformación y educación en Colombia, citando específicamente el caso Radio Sutatenza⁷¹ nos aclara el espectro de la radio como medio para la educocomunicación y la transformación de la cosmovisión.

2.4 LA TIC DE LA RADIO Y LA EDUCACIÓN

Los seres humanos son seres sociales por naturaleza, constantemente están en el proceso de recibir y transmitir información; es decir, poseen la capacidad de ser tanto emisores como receptores dentro del entorno en el que se desenvuelven, de tal modo que el proceso de comunicación les permite afianzar

⁷⁰ Subgerencia Cultural del Banco de la República. (2015). *Oralidad*. Recuperado de: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/literatura/oralidad>

⁷¹El Espectador. (2017) Radio Sutatenza, el medio con el que los campesinos le 'hicieron la guerra' a la ignorancia <http://www.semana.com/nacion/articulo/radio-sutatenza-una-revolucion-cultural-en-el-campo-colombiano/529745>

el desarrollo cultural y social con los demás. “es evidente, pues, que la ciudad es una realidad natural que el hombre es por naturaleza un animal social y que el insocial por naturaleza no por azar es un ser envilecido o superior al hombre... El que no puede vivir en comunidad o que nada necesita por propia suficiencia, no es miembro de la ciudad, sino una bestia o un dios”⁷². Según Aristóteles, el ser humano necesita de los demás para poder sobrevivir, por este motivo, es muy importante que cada persona se sienta cómoda en una comunidad específica, en donde en compañía de todos se le permita expresar y dar a conocer sus opiniones, y por medio de la comunicación se llegue entre todos a comunes acuerdos que posteriormente sean convertidos en acciones o mejoras para la misma comunidad de la que hace parte.

El hombre, por esa misma naturaleza social que lo caracteriza, a lo largo del tiempo ha ido creando y modificando diversos medios de comunicación hasta llegar a los medios masivos y de largo alcance, los cuales le han permitido a las personas estar informadas y empezar a generar sus opiniones acerca de lo que pasa en su entorno más cercano y en diversos lugares del mundo.

Se podría decir que los principales medios de comunicación se resumen en: televisión, prensa y radio. Una característica común de estos medios, es que una misma información va dirigida a una gran cantidad de personas que se encuentran en lugares muy diferentes y lejanos; de esta forma no se podría hablar de un solo receptor sino de receptores colectivos.

La televisión se caracteriza por ser un medio que transmite imágenes y sonidos. La transmisión puede ser implementada a través de redes de cables o televisión por satélite; no obstante, el alcance de este medio se ve limitado al no estar dirigido a todas las clases sociales, ya que para acceder a los contenidos de los canales, incluso públicos, se requiere contar con el aparato eléctrico (televisor), el cual no es tan asequible para las clases sociales más bajas; a su vez que es muy difícil que este medio pueda llegar a las zonas rurales.

⁷²Política, Madrid, Gredos, 1999, 1252a 1 y ss., 50

A diferencia de la televisión, la prensa es un medio de comunicación que en su origen natural no requiere un medio electrónico para ser transmitida, sin embargo, hoy en día también se pueden obtener los contenidos de este medio a través de la digitalización de la prensa escrita por medio de internet. Como limitación, la prensa es un medio que tiene prerequisite, ya que es necesario que los receptores sepan leer para que puedan decodificar los mensajes transmitidos. Además, hacer uso de estos dos medios de comunicación, tanto de la prensa como de la televisión, requiere que las personas estén muy atentas a sus mensajes, de tal modo, las cohibe de poder realizar otras actividades mientras reciben la información, a diferencia de la radio, que es un medio que trabaja con el sentido auditivo. De esta manera no hace falta que las personas detengan sus actividades cotidianas para hacer uso de este medio de comunicación; basta con que el volumen y la señal sean los adecuados para seguir escuchando aun cuando no se esté frente al aparato eléctrico. A favor de la radio podemos señalar también que en la inmediatez de las noticias puede superar a los demás medios. “La radio es considerada como el medio que con mayor celeridad ofrece las últimas noticias. En este campo ni la televisión ni la prensa, por el momento, pueden ganarle la batalla” (Balsebre Armand, 1994).

La radio es un medio de comunicación que se basa en el envío de señales de audio a través de ondas electromagnéticas, los mensajes son enviados en forma de sonido, por eso los receptores en este caso son también llamados radioyentes. A diferencia de la prensa y la televisión, la radio puede llegar de manera más extendida a todas las clases sociales, ya que es más fácil obtener una radio que un televisor y no es necesario saber leer para acceder a ella. Este medio de comunicación se caracteriza por su particular proceso de interacción, puesto que el emisor y el receptor entablan una comunicación sin verse y por tal motivo es el medio que posiblemente más estimula la imaginación y la creatividad. “La música adquiere otra dimensión cuando entra en el ámbito de lo radiofónico. Por sí misma es capaz de describir emociones, estados psicológicos, ambientes, lugares... y acompañando a la palabra puede dibujar imágenes auditivas de gran belleza”⁷³.

⁷³BALSEBRED, Armand. El lenguaje Radiofónico. 1994

Frente a la radio, también se encontrarán una serie de características discursivas, lo que supone entonces la existencia de un lenguaje radiofónico, entendiéndolo, en principio, no como aquel que simplemente usa la palabra por un medio electromagnético, sino como “el conjunto de formas sonoras y no sonoras, representadas por el sistema expresivo de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio, cuya significación viene determinada por el conjunto de los recursos técnico-expresivos de la reproducción sonora y el conjunto de factores que caracterizan el proceso de percepción sonora e imaginativo-visual de los radioyentes.”⁷⁴

Existen distintos tipos de radio como medio de comunicación; esto depende del uso al que esté dirigida y su financiación. Por ejemplo, podemos encontrar la radio comercial, la pública y la comunitaria. La comercial presta el servicio con ánimos de lucro, y generalmente pertenecen a empresas privadas independientes del Estado. La radio pública se caracteriza por pertenecer al Estado, el cual es el encargado de organizar y definir la programación que transmite la emisora. La radio comunitaria no tiene fines de lucro y su financiación depende de la misma comunidad a la que va dirigida, tiene muy en cuenta la participación activa de la comunidad en la programación de la emisora y a su vez se enfoca en las necesidades de su población.

Retomando lo planteado al principio acerca de la importancia de que las personas se sientan incluidas en una comunidad, en donde sus opiniones sean tomadas en cuenta y su participación sea significativa, encontramos en la radio comunitaria un medio de comunicación que posibilita este tipo de interacción. Bruce Girard, en el libro “Radio Apasionados, una experiencia de radio comunitaria en el mundo”, capítulo uno, plantea “... Un tercer tipo de radio, una alternativa a la radio comercial y estatal, con frecuencia llamada “radio comunitaria”, su rasgo más característico consiste en comprometerse con la participación comunitaria a todos los niveles. Mientras los oyentes de la radio comercial pueden participar en la programación de modo limitado, a través de tribunas libres por línea telefónica o pidiendo su canción favorita, los oyentes de la radio comunitaria son a la vez los productores, gerentes, directores,

⁷⁴BALSEBRED, Armand. El lenguaje Radiofónico. 1994

evaluadores y aun los dueños de las estaciones.”⁷⁵ Es decir, en la radio comunitaria se tiene una participación activa por parte de la comunidad. La creatividad y compromiso de las personas que hacen parte de ella hacen que la radio permanezca y crezca a nivel local, y lo más importante es que se pueden realizar asambleas en donde se discutan los programas y orientaciones que debe tomar la radio para dar soluciones a problemáticas locales.

“La radio comunitaria es denominada de muchas maneras. Se la conoce como radio popular o educativa en América Latina, radio rural o local en África, radio pública en Australia y radio libre o asociativa en Europa. Todos estos nombres describen el mismo fenómeno, o sea el conseguir hacerse oír y democratizar la comunicación a escala comunitaria.”⁷⁶ Se podría pensar que al ser una radio que tiene un corto alcance y se desarrolla en un lugar específico, es un tipo de radio que no es muy conocida internacionalmente, y que muy pocas comunidades la llevan a cabo. Sin embargo, en muchos lugares del mundo la radio es el medio que más utilizan las personas, ocupando la radio comunitaria un lugar muy importante dentro de las actividades de las comunidades. Bruce Girard, pone el ejemplo de África, en donde la radio es el medio de comunicación más importante, ya que el alto nivel de analfabetismo y los problemas de distribución de los periódicos, hacen que estos estén solo al alcance de unos pocos. De igual modo, la televisión no es económicamente asequible para la gran mayoría de los habitantes y el servicio de televisión a menudo no se extiende a las áreas rurales que es donde se concentra la mayor parte de la población.

“Las estaciones de radiodifusión sonora comunitaria deben estar orientadas a generar espacios de expresión, información, educación, comunicación, promoción cultural, formación, debate y concertación que conduzcan al encuentro entre las diferentes identidades sociales y expresiones culturales de la comunidad, dentro de un ámbito de integración y solidaridad ciudadana y, en especial, la promoción de la democracia, la participación y la divulgación de los derechos fundamentales de los colombianos que aseguren una convivencia pacífica.”⁷⁷ Con lo anterior se evidencia que dichas emisoras tienen una

⁷⁵GIRARD, Bruce. Radio Apasionados: Experiencias de radio comunitaria en el mundo. 2002.

⁷⁶DELORME, Michel. Prólogo. Radio Apasionados: Experiencias de radio comunitaria en el mundo. 2002.

⁷⁷Radio Comunitaria - Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones

orientación formadora, que busca al mismo tiempo la promoción de la democracia y la participación ciudadana. Por esa razón se supondría que los representantes de estas licencias de operación están ajenos a la lucha por el poder y a las ideologías que puedan interferir en las funciones que se enumeran anteriormente. Así como la radio comunitaria les ofrece un espacio de interacción a las personas y de esta interacción se pueden obtener aprendizajes; existe un tipo de radio que netamente se enfoca en fomentar los procesos de aprendizaje de sus participantes. Es conocida como “La radio educativa”, y no tiene fines comerciales, su carácter es formativo y social, y puede actuar como medio de educación no formal. La educación a través de la radio no actúa como anulación de la escuela, más bien se convierte en un complemento que junto a la familia se encargará de impulsar el desarrollo de sus oyentes. La escuela no es la única en cargada de educarnos durante nuestras vidas, el ser humano tiene la capacidad de aprender en muchos lugares y contextos pero como los afirma Camps, hay tres agentes principales que tienen una responsabilidad directa y compartida en esta tarea: la escuela, la familia y el medio social (en el que se incluyen los medios de comunicación y la administración estatal).⁷⁸

“La radio dentro de la educación no formal tiene el poder anticipatorio de convertir la creatividad en un derecho: un derecho individual para que cada ser descubra sus posibilidades, y dotado de iniciativa, recursos y confianza, desbloquee las inhibiciones que reducen sus perspectivas. La radio puede ayudar a las personas a decidir por sí mismas, a aprender por cuenta propia, a comportarse libre, feliz y responsablemente.”⁷⁹ Reconociendo la educación no formal, el padre José Joaquín Salcedo, en la década de los cincuenta, fue el propulsor de la radio educativa en Colombia, ya que a través de la radio quiso brindarles a los campesinos una educación. Su objetivo fue enseñarles conocimientos básicos que les permitieran mejorar las condiciones de vida en el campo.

En el texto: (Mintic.gov.co, 2017)

Bibliografía: Mintic.gov.co. (2017). *Radio Comunitaria - Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones*. [online] Available at: <http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-2300.html>

⁷⁸ CAMPS, Victoria. Creer en la educación. 2008.

⁷⁹ GASCÓN BAQUERO, Maria del Carmen. La radio en la educación no formal. 1991.

Adicionalmente la radio educativa también se puede desarrollar en un medio de educación formal, como lo son las escuelas. Implementar la radio educativa dentro de las escuelas es una excelente opción y alternativa de aprendizaje, ya que no solo fomenta la creatividad en sus estudiantes sino que también les permite mejorar su capacidad de expresión oral y le apuesta al trabajo colaborativo, pues además del apoyo constante de los profesores, es posible la inclusión de los padres de familia. La radio integrada en la educación formal se puede concebir en dos sentidos: radio como medio (contenido transversal) y radio como fin (materia autónoma). Incluso los equipos que se necesitan para la implementación de una radio escolar no son tan costosos y su movilización es sencilla, comparados, por ejemplo, con un set para televisión.

Fomentar la expresión oral de los estudiantes por medio de la radio es fundamental para su desarrollo social, ya que “hablar ante un micrófono es un acto que compromete, actúa como estimulación. Permitirá que el estudiante se escuche, le hará conocer y reconocer esa voz con la que se presenta a los demás porque, a lo largo de su vida, tendrá que emplear con mayor frecuencia que su buena y legible escritura. Será, en definitiva, su carta de presentación. El desarrollo de la expresión oral de los niños resulta fundamental para una posterior integración social no dramática. Un niño con problemas de comunicación padecerá intensas y duraderas repercusiones negativas que pueden provocar, junto con la inadaptación al medio, enormes costes en cuanto a padecimiento subjetivo y alteraciones en su conducta normal.”⁸⁰

La radio desde siempre se ha considerado como un elemento motivador de cambio y educación a quien la escucha, permitiendo la reflexión y la organización del sujeto con su entorno y sus coterráneos; es así como lo afirman diferentes organizaciones y autores, declarando que la radio permite que sus interlocutores “tomen conciencia de sí mismos, se comuniquen eficazmente (...) se organicen social, laboral y políticamente y puedan así, participar en los procesos decisorios que los atañen”⁸¹

⁸⁰ OLIVARES RODRÍGUEZ, José. *El niño con miedo a hablar*. 1994.

⁸¹ Documento de ALER (Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica), Marco doctrinario, Quito, 1988, pp 34-35. Citado por Peppino Barale, (1998: 27-34).

Además de esto, la radio trasciende las barreras instrumentales de los medios de comunicación, ya que además de ser una herramienta para la transformación, también es un medio de reflexión y de reformación siempre y cuando se usen los mensajes adecuados “en ese sentido diversos medios como la radio, periódicos, y más recientemente el video e Internet, se presentan como herramientas idóneas para facilitar el proceso de aprendizaje en la educación popular, no sólo como medio de difusión sino como instrumento de transformación de la realidad.”⁸²

Más allá del instrumento radial, hay que hacer énfasis en el mensaje que este contiene, puesto que es quizá el más importante en la relación comunicativa con la radio; este mensaje debe recrear una nueva cosmovisión en sus interlocutores que los estimulen y los adentren a un contexto de tolerancia y respeto tal como este autor afirma “, los nuevos escenarios de la ciudadanía recreados por los medios, se conforman más en el hecho de ser habitante de la ciudad que parte de una nación, en la necesidad de establecer reglas de convivencia con los vecinos que en el interés sobre las condiciones de competencia política.”⁸³ Pero esto anterior debe ir con la mano de la libertad y no debe transgredir el espacio individual y la cosmovisión de cada implicado en este proceso, más bien debe ayudar a mejorar desde lo que ya hay en cada uno “En esta nueva versión de cultura pública los medios conectan las diversas versiones sobre el ejercicio de la ciudadanía que circulan en el imaginario social: (derecho a ser diferente, derecho a circular libremente sin sentirse amenazado, derecho a manifestarse, derecho a tener buenos servicios, derecho al conflicto y a la negociación de intereses antagónicos, derecho a consumir, etc.), con las representaciones más abstractas del ejercicio de deberes y derechos en una suerte de habilitación para la queja que sólo consigue legitimarse si trasciende a los medios. En estas nuevas condiciones el sentido de lo público no se percibe como un espacio de

⁸²WINOCUR, Rosalía. La Participación en la Radio: Una Posibilidad Negociada de Ampliación del Espacio Público Razón y Palabra [en línea] 2007, 12 (Febrero-Marzo) : [Fecha de consulta: 15 de septiembre de 2017] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520735007>>ISSN 1605-4806

⁸³WINOCUR, Rosalía, La Participación en la Radio: Una Posibilidad Negociada de Ampliación del Espacio Público Razón y Palabra [en línea] 2007, 12 (Febrero-Marzo) : [Fecha de consulta: 15 de septiembre de 2017] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520735007>>ISSN 1605-4806

debate ni se construye como un lugar de confrontación de ideas, sino, más bien, como un lugar de visibilidad y reconocimiento de diversas demandas que incluyen desde la posibilidad de canalizar una queja hacia las autoridades hasta depositar una confidencia en la solícita oreja del conductor de un consultorio sentimental.”⁸⁴ Los mensajes que se transmiten por un medio de comunicación, no pueden ser a priori y al azar, se deben tener fuertes argumentos resultados de una investigación al contexto y a la problemática que se requiere abordar “Así, toda acción de desarrollo implica una forma de entender la comunicación y cualquier proceso comunicativo está conectado a su vez a algún tipo de transformación. Sin embargo, el cambio social positivo no aparece de forma causal o inmediata. Para promover una auténtica comunicación transformadora nuestras acciones tienen que estar intencionalmente dirigidas y sistemáticamente planificadas; es decir, han de responder a unas estrategias y a unos objetivos previos.”⁸⁵

En cuanto a la viabilidad y apoyo de la educación por medio de la radio, autores como García Aretio son más concretos cuando afirman que “El principio organizador de la educación que pretende hacerla llegar en todos los niveles y modalidades, a toda la población a lo largo de la vida, con la colaboración de los diversos sectores, instituciones y agentes.”⁸⁶ Igualmente los medios de comunicación piden a gritos renovación y una nueva mirada en su uso para otros contextos y objetivo. Es hora de mirar más allá de la radio instrumental usada solo para informar “Ya es hora que... la sociedad en general tome partido claro ante un uso plural e innovador de los medios..., no como fin en sí mismos o para aumentar el hasta ahora uso indiscriminado, inconsciente y manipulante de los mismos, sino para ofrecer a los... protagonistas del XXI resortes para su lectura crítica, para su análisis positivo, para su recreación lúdica, para cultivar y profundizar sus dotes creativas... en definitiva para encauzar su propio desarrollo como personas, utilizando también los nuevos lenguajes que las tecnologías de la información y la comunicación están poniendo en nuestras manos.”⁸⁷ En esta

⁸⁴WINOCUR, Rosalía, La Participación en la Radio: Una Posibilidad Negociada de Ampliación del Espacio Público Razón y Palabra [en línea] 2007, 12 (Febrero-Marzo) : [Fecha de consulta: 15 de septiembre de 2017] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520735007>>ISSN 1605-4806

⁸⁵ Alfaro, R.M. Una comunicación para otro desarrollo. 1993

⁸⁶GARCIA Aretio y Amador. Educación a distancia. 1994

⁸⁷ AGUADED GÓMEZ, J.I. (1994): «Prensa na escola na Andalucía», en Noesis, 30; pp. 42-43. Lisboa,

nueva era de la comunicación y la educomunicación, se le exige directa e indirectamente a los medios de comunicación una nueva actitud que transmitan un cambio de perspectiva social, llevando a las comunidades y sociedades a una transformación de conducta y de razonamiento, lo cual debería influir en un mundo mejor “la convivencia entre todos, entendida como un cambio tecnológico sin precedentes va a exigir que los medios de comunicación promuevan actitudes creadoras, dinamicen las potencialidades individuales, favorezcan la receptividad respecto de las ideas nuevas, la curiosidad y sensibilidad respecto de los asuntos sociales.”⁸⁸ En este nuevo cambio de paradigma comunicativo y educativo, muchas herramientas son las que se están empezando a usar y a desarrollar con fines pedagógicos, sin embargo en la casa de los medios de comunicación, el hijo radial ha sido relegado para tal fin, siendo este tal vez el único diseñado desde el principio para este fin, “Casi desde el momento de la aparición de la radio hubo interés por adjudicarle alguna función educativa y sin embargo, actualmente, de todos los medios de masas (televisión, radio, prensa, etc.) éste es el menos utilizado en la educación. Aun así, este medio posee una extraordinaria operatividad potencial, unido a su instantaneidad transmitiendo mensajes.”⁸⁹

En conclusión, la radio es un medio de comunicación que puede ser utilizada por muchas personas y de distintas edades y en la cual, dependiendo de la orientación de sus programas, el público varía. Tanto el tipo de radio comunitaria como la educativa permiten una amplia intervención de las personas involucradas y su objetivo, además de ser entretenida, es también ser educativa e informativa, ayudando a construir una nueva visión del mundo y la ciudad “La radio ha contribuido a producir un conjunto de discursos acerca de la creciente complejidad social y su expresión en la vida cotidiana; asimismo, ha influido de manera relevante en la construcción de la imagen de la ciudad, y generado espacios importantes para la canalización y expresión de inquietudes políticas y

Ministerio de Educación.

⁸⁸ LÓPEZ NOGUERO, Fernando. Los medios de comunicación en la educación social: el uso de la radio Comunicar [en línea] 2001, (marzo) : [Fecha de consulta: 15 de septiembre de 2017] Disponible en: <<http://www.uacm.kirj.redalyc.org/articulo.oa?id=15801620>> ISSN 1134-3478

⁸⁹ LÓPEZ NOGUERO, Fernando. Los medios de comunicación en la educación social: el uso de la radio Comunicar [en línea] 2001, (marzo) : [Fecha de consulta: 15 de septiembre de 2017] Disponible en: <<http://www.uacm.kirj.redalyc.org/articulo.oa?id=15801620>> ISSN 1134-3478

civiles.”⁹⁰ A diferencia de otros medios de comunicación, este tipo de radio permite tener una relación bidireccional constante, ya que pretende tener una colaboración e interacción con los oyentes de manera continua. Por todas estas características que hacen a la radio un medio democrático capaz de llegar a gran parte de la población, a la vez que posibilita una amplia participación de las comunidades, es que podemos afirmar que es un medio de todos y para todos. “La radio es, desde nuestra perspectiva, un medio idóneo para favorecer el desarrollo creativo del niño, del joven y del adulto. Además de todo ello es mucho más económica que otros medios, como la televisión y con menos dificultad técnica; todas estas ventajas hacen de ella un medio muy descentralizado, versátil y asequible.”⁹¹

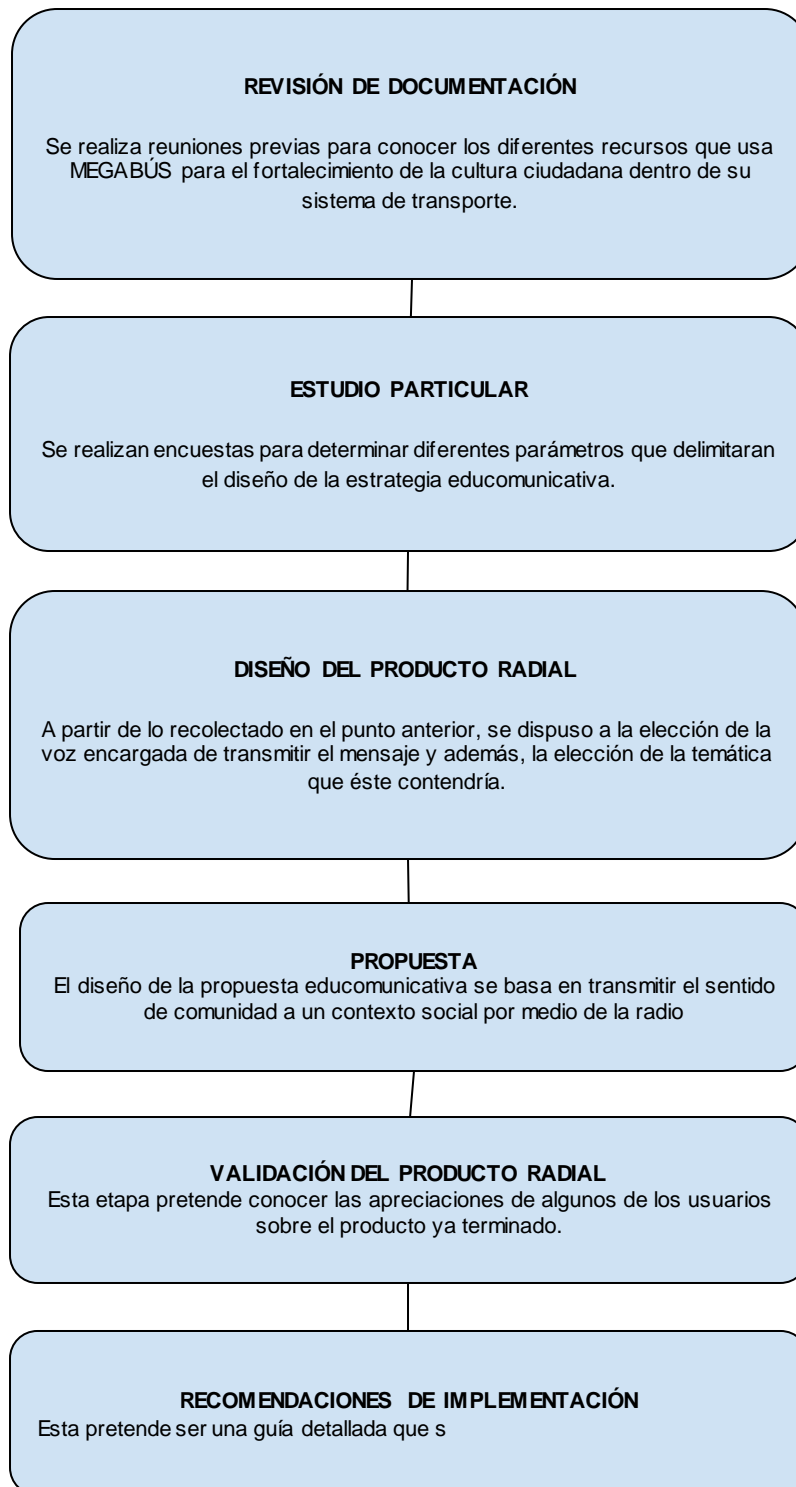
3. DISEÑO METODOLÓGICO

3.1 ESQUEMA

El siguiente esquema da muestra de la sistematización necesaria para un diseño metodológico claro y eficiente que permita llevar a cabo el diseño de la estrategia educ comunicativa sin bamboleos y con total idoneidad según sea necesario.

⁹⁰GIGLIA, Ángela. WINOCUR, Rosalía. La participación en la radio: entre inquietudes ciudadanas y estrategias mediáticas Perfiles Latinoamericanos [en línea] 1997, (diciembre-Sin mes) : [Fecha de consulta: 15 de septiembre de 2017] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11500905>>ISSN 0188-7653

⁹¹ LÓPEZ NOGUERO, Fernando. Los medios de comunicación en la educación social: el uso de la radio Comunicar [en línea] 2001, (marzo) : [Fecha de consulta: 15 de septiembre de 2017] Disponible en:<<http://www.uacm.kirj.redalyc.org/articulo.oa?id=15801620>>ISSN 1134-3478



3.2 REVISIÓN DE DOCUMENTACIÓN

En esta primera fase del diseño metodológico se hizo una revisión detallada y exhaustiva directamente con MEGABÚS, específicamente con la oficina de comunicaciones respecto a las diferentes estrategias para dar a conocer las diferentes reglas, normas, derechos y deberes del usuario y el dicho sistema de transporte. Para esto fue importante la reunión previa que se tuvo con la comunicadora social encargada de esta función. El resultado de esta primera fase fue muy satisfactorio, puesto que MEGABÚS se queda corto en estrategias educomunicativas para este fin, puesto que lo único que tienen a disposición del público es un plegable (Ver Anexo C) donde detallan como se debe comportar el usuario dentro del SITPM. Aunque esta pieza gráfica es interesante en su función, tiene poca rotación y es poco conocido; esto nos dio pie a continuar con la estrategia educomunicativa que se plantea en este escrito.

3.3 ESTUDIO PARTICULAR

En esta segunda fase metodológica, se tomó partido de un instrumento diseñado para la comunidad universitaria usuaria MEGABÚS; gracias a esta se obtuvieron unos resultados que definieron el rumbo de la estrategia educomunicativa.

Uno de los factores primordiales antes de continuar con el eficaz diseño de la estrategia educomunicativa fue el estudio de los usuarios de la ruta 27 y sus características colectivas que permitieran dar fe de que estos usuarios si serían unos potenciales radioescuchas dado el hecho de ser la radio la TIC elegida para el diseño de la estrategia educomunicativa, para lo cual se incluyó dentro del instrumento de encuesta una pregunta que permitió definir qué tantos usuarios usan audífonos mientras viajan en este medio de transporte, ya que al usar este tipo de artefacto individualizador, el usuario se encapsula en su propio orbe, negándose así a la posibilidad de recibir los diferentes estímulos y mensajes radiales transmitidos por los altavoces del SITPM.

La encuesta nace de la necesidad de saber el programa académico que más habita la ruta 27 de MEGABÚS, siendo menester encontrar la población específica que más usa dicha ruta con el fin de enrutar los diferentes mensajes

radiales hacia los oídos y naturalezas de los sujetos que allí conviven frecuentemente.

A continuación información acerca de las encuestas realizadas:

27 Abril de 2017: 64 encuestas.

Estas encuestas fueron realizadas entre 12:00 pm y las 6:00 pm

-formato de encuesta

- Figura 1

PROGRAMA ACADÉMICO	¿CUÁNTOS DÍAS A LA SEMANA UTILIZA MEGABUS?							LAS VECES QUE USA LOS AUDÍFONOS DENTRO DEL SISTEMA DE TRANSPORTE ES			
	1	2	3	4	5	6	7	NO LOS USO	POCAS VECES AL MES	ALGUNAS VECES A LA SEMANA	LOS USO A DIARIO

De esta manera se continuaron haciendo las respectivas encuestas para lo que fue el día 28 de Abril (18 encuestas) y 2 de mayo (19 encuestas), estas últimas fueron hechas entre las 2:00 pm y 5:00 pm con el fin de obtener unos usuarios diferentes a quienes ya se les había aplicado la encuesta y como también horarios fuera de los estipulados con mayor flujo de personas. (Ver Anexo A)

Al finalizar de las encuestas se tabularon y se obtuvo el siguiente resultado:

- *Figura 2*

Programas académicos que usan MEGABUS	Cantidad de uso de MEGABUS	Uso de auriculares mientras se usa MEGABUS			
		No los uso	Pocas veces al mes	Algunas veces a la semana	Los uso a diario
Ingeniería industrial	34	6	8	7	13
Ingeniería eléctrica	16	5	3	3	5
Ingeniería química	14	4	4	1	5
Ingeniería de sistemas	13	5	3		5
Administración ambiental	13	4	2		7
Ciencias del deporte	12	4	3	3	2
Licenciatura en música	11	3	2	1	5
Licenciatura en comunicación	8	2	1		5
Ingeniería mecánica	7	3	1	1	2
Ingeniería física	7	3	1		3
Etnoeducación	5	3	1		1
Turismo sostenible	5	1	1	1	2
Inglés	4				4
Veterinaria	3	2	1		
Licenciatura en español y literatura	1	1			
Pedagogía infantil	1				1
Filosofía	1				1
Ingeniería Electrónica	1				1
Matemática	1			1	

Obteniendo así un número mayor de usuarios para el uso del transporte del programa Ingeniería Industrial siendo estos los revelados por la encuesta quiénes son los usuarios menos activos frente al uso de los audífonos a la hora de utilizar del transporte como tal y más receptivos para el proyecto.

3.4 DISEÑO DEL PRODUCTO RADIAL

Este diseño contempló un usuario en particular, un usuario que usa constantemente la ruta 27 de MEGABÚS, un usuario matriculado en la Universidad Tecnológica de Pereira, más específicamente en el programa académico de Ingeniería Industrial, la elección de este programa académico no fue aleatorio, pues se hicieron una serie de encuestas para determinar a qué programa académico pertenecían la mayor cantidad de usuarios de la ruta 27, siendo Ingeniería Industrial el programa académico que más permea el SITPM. Este es un usuario no activo respecto al uso de auriculares dentro de la ruta 27 (UTP-CUBA) de MEGABUS. Convirtiéndolo así en un usuario receptivo a todos los estímulos que puede ofrecer esta ruta y en especial al contenido que se buscó construir, el cual fue un contenido radiofónico que tiene la intención de ser reproducido al inicio y durante el recorrido dentro de los alimentadores de la ruta 27.

Paso a seguir luego de haber hallado el programa universitario con más presencia en MEGABÚS, se decide incluir dentro del mensaje radiofónico, elementos que representen dicho programa. Para esta parte del proyecto se decide tomar partido de un grupo focal en donde los implicados (3 estudiantes de diferentes semestres de las carreras seleccionadas) discutirán e intentarán llegar a un consenso sobre los autores más representativos de su programa universitario, esto con el fin de tener una sustentación teórica por parte de los mismos estudiantes. Lo anterior tendrá como objetivo, tener claridad metodológica para el contenido del mensaje radiofónico que se reproducirá al interior de la ruta 27 de MEGABUS.

“Uno de los usos especiales del grupo focal es cuando el tema de intervención es complicado y requiere involucrar nuevos métodos y datos para lograr la validez pero además cuando el tema de intervención es complejo e incluye un amplio número de posibles variables ya que un grupo focal permite que el investigador concentre el tiempo y los recursos en las variables más pertinentes.”⁹²

La decisión de tomar partido de un grupo focal nace por la complejidad de estudiar un contexto donde diariamente los implicados varían en múltiples cualidades y permanencia dentro de este contexto, pero también por la cercanía

⁹²Beck et al., 2004; Rigler, 1987

que se quiere transmitir con el usuario de la ruta 27, el cual se caracterizó y se describió en capítulos anteriores.

Los autores con los que concordaron los estudiantes de Ingeniería Industrial fueron Taylor y Fayol. (Ver Anexo B)

Para este material radiofónico fue seleccionada una voz que en particular es muy conocida y familiar para los universitarios del campus UTP, se seleccionó la voz de Rubén Cortez, locutor de gran trayectoria, el cual ha pasado por varias emisoras comerciales y el cual es actualmente y desde hace varios años, la voz oficial de Universitaria Estéreo 88.2 FM.⁹³

“En los inicios de la radiodifusión, se cotizaban las voces elegantes, redondas, completas. Voces profundas para los hombres, cristalinas para las mujeres”⁹⁴. Se dice que no existen unas voces “radiofónicas” estipuladas ya que para cada programa o emisión es necesario tener varios bancos de timbre de voz.

La voz de Rubén Cortez (Locutor de Universitaria Estéreo 88.2 FM) es una voz que se caracteriza por tener un gran timbre y una gran proyección. Esta voz de particular tesitura y tono muy expresivo invita a que al usar la ruta 27 de Megabús; el campus, la academia, no se aleje de los usuarios pero que a su vez sea un recorrido agradable desde la UTP hasta el intercambiador de cuba.

Al ser una voz joven y reconocida por la comunidad de la UTP, transmite la sensación dentro del SITPM de conservar la esencia de la universidad, haciendo que los usuarios sientan que aún continúan en su comunidad académica.

⁹³ Emisora perteneciente a la Universidad Tecnológica de Pereira.

⁹⁴En el texto: (RadiosLibres.net - <https://radioslibres.net>, 2017)

Bibliografía: RadiosLibres.net - <https://radioslibres.net>. (2017). *CAPÍTULO 1: ¿TENGO VOZ RADIOFÓNICA?*. [online] Available at: <https://radioslibres.net/article/capitulo-1-tengo-voz-radiofonica/>

3.5 PROPUESTA

Teniendo en cuenta la importancia de la radio para comunicar y educar en los espacios informales y no formales de aprendizaje, se ha diseñado una propuesta educomunicativa basada en la radio como estrategia en la solución de un problema educativo evidente dentro de MEGABÚS; esta propuesta tiene como base fundamental la transmisión del sentido de comunidad desde cada contexto en el que conviven los usuarios, hasta la ruta de MEGABÚS que se adentra dentro de estos contextos. Todo esto con base en la importancia del sentido de comunidad en un contexto social mencionado anteriormente en este escrito. Las piezas radiofónicas vinculadas a cada ruta, se deberán realizar con especial cuidado después de un detallado estudio de los usuarios que utilizan cada una de ellas de acuerdo a su contexto. A partir de allí se deberá realizar una búsqueda de elementos culturales y característicos que una como comunidad a la mayoría de los usuarios de la ruta específica, para que de esta manera por medio del mensaje radiofónico elaborado y transmitido en las rutas, los usuarios experimenten una sensación cercana que los traslade a sus comunidades habituales y de origen. Se debe tener especial cuidado en la elección de las voces, puesto que no será una voz al azar ni estandarizada la que se encargará de llevar este mensaje a cada uno de los articulados.

3.6 VALIDACIÓN DEL PRODUCTO RADIAL

A la hora de evaluar el contenido radiofónico ya hecho, partiendo desde unas primeras encuestas para delimitar el programa académico de más usuarios para la ruta 27 de Megabús, pasando a seleccionar unos autores para la sustentación teórica de cada programa académico junto con la voz seleccionada para hacer el material radiofónico, se pasa a realizar un Focus Group con cinco (5) estudiantes de Ingeniería Industrial escogidos de diferentes semestres académicos.

Este Focus Group está dividido en 8 secciones, las cuales contienen:

1-Gustos y disgustos acerca de los autores previamente seleccionados. (Taylor y Fayol)

2-Rol de cada uno de ellos como usuario en el transporte.

Gustos y disgustos de ellos hacia el transporte.

Hábitos como usuarios.

3-Modo de uso

Usuarios normalmente acompañados o viajan solos.

Tiempo de uso. (Cantidad de días, horarios específicos.)

4-Comentarios acerca de los comportamientos de otros usuarios en el transporte.

5-Comentarios acerca de otros compañeros del programa académico que también usen la ruta 27 de Megabús.

6-A continuación se escuchará el material radiofónico.

7-Se entrará a evaluar el material radiofónico. (Comentarios del focus group)

8-Gustos y disgustos acerca del material radiofónico.

Qué le aportarían a este o que le cambiarían.

Teniendo en cuenta lo anteriormente dicho, se verán representadas las respuestas de cinco (5) estudiantes de diferentes semestres del programa de Ingeniería Industrial pertenecientes al FocusGroup, en su mayoría cumpliendo la condición de ser usuarios de la ruta 27 del SITM de Megabús. (Ver Anexo D)

3.7 PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

Esta estrategia educomunicativa se deberá implementar en un espacio de dos (2) meses dentro de cada una de las rutas articuladas de MEGABÚS, replicando el proceso de investigación previo en cada una de las comunidades en las que se sumergen las diferentes rutas.

Pasados los dos (2) meses se deberá renovar el mensaje radiofónico pero sin dejar de lado elementos característicos de cada comunidad en la que se trabajará, tales como costumbres, creencias, modos de estar y de vivir, entre otros.

Durante estos dos (2) meses el mensaje radiofónico deberá ser transmitidos en todas las rutas articuladas de acuerdo a su recorrido se dividirán en dos partes, un mensaje radiofónico al iniciar el recorrido y otro en la mitad de este recorrido.

4 FINALES

4.1 CONCLUSIONES

Esta estrategia educomunicativa tuvo como característica, el abordaje de un problema social fuera de las aulas de clase, demostrando así las múltiples posibilidades que brinda el campo educomunicativo, siendo viable para ser utilizado en diferentes campos y contextos, tanto educativos como sociales y comunales.

Gracias a este proyecto se logró evidenciar lo lejos que está Pereira de tener un sistema de transporte público eficiente, al menos en el aspecto de convivencia y cultura ciudadana, el cual debería apoyarse en sistemas de transporte públicos tan exitosos como el metro de Medellín o de ciudades como Curitiba, los cuales le apuestan a realizar cambios desde adentro del sistema.

Mas por mega, logra mostrar la importancia que tiene para las sociedades actuales, y en especial la de Pereira, el concepto de comunidad, siendo este concepto clave a la hora de realizar este proyecto debido a la cercanía y familiaridad que se puede obtener con los usuarios si se logra transmitir esta sensación tan familiar para cualquier persona.

Es ahora el momento en el que el sentimiento comunitario debe ser rescatado, durante la realización de este proyecto de investigación pudimos darnos cuenta de la soledad en que permanecemos gracias al crecimiento de las ciudades y por ende de las sociedades, nos aislamos continuamente como forma de protección, o simplemente para buscar una falsa comodidad que no podemos encontrar, nos transportamos aislados de los demás en una cápsula de 4 ruedas, llegamos a nuestros trabajos para enfrascarse en un cubículo al cual llamamos oficina y más tarde regresamos a un lugar aislado que jocosamente llamamos hogar. Tenemos miedo de lo que pase afuera con el resto de sujetos inmersos en la gran ciudad, "Esto constituye esencialmente el estado de "anomia" o vacío social al cual alude Durkheim intentando dar cuenta de las diversas formas de desorganización social existentes en la sociedad tecnológica".⁹⁵

⁹⁵WIRTH, Louis.(2017). *bifurcaciones 002 - colección reserva* - Louis Wirth, "El urbanismo como modo de

Gracias a la revisión previa al proyecto en el cual pudimos encontrar solo una herramienta de uso oficial de MEGABÚS para la divulgación de sus prohibiciones y normas de comportamiento, podemos dar como sentado, el poco trabajo y la poca importancia que le da este sistema de transporte a el fortalecimiento de la cultura ciudadana, incluso cuando en su plan estratégico, tienen estipulado la mejora de este aspecto para el año 2020. (Ver Anexo E)

La radio aún puede tener el poder de educar, recordando como hace años nuestros padres aprendían a leer, sumar y multiplicar por medio de la emisora sutatenza podemos darnos cuenta de lo viable que ha sido el uso de la radio y de la expresión oral en procesos educativos y comunicativos, además la radio unida a un proceso educocomunicativo se vuelve aún más fuerte en este proceso donde el usuario está la mayor parte del tiempo expuesto a estímulos (En este caso auditivos) que lo lleven a reflexionar sobre su papel dentro de este sistema de transporte y la comunidad a la que pertenece.

Los usuarios UTP frecuentes de MEGABÚS, esperan más cercanía con el sistema de transporte, quieren ser escuchados y quieren escuchar y percibir por medio de diferentes medios de comunicación, lo que MEGABÚS tienes por decirles.

Por medio de este proyecto de intervención fue fácil percibir lo diverso que puede ser un licenciado en comunicación e informática educativa, capaz de influir en cosmovisiones de actores sociales en cualquier contexto, no en vano autores como Rosa García Ruiz, Ignacio Aguaded, Alejandro Barranquero Málaga, entre otros, afirman lo importante y lo eficaz de la educocomunicación para el cambio social en diferentes contextos sociales y culturales.

4.2 RECOMENDACIONES

Después de la realización de este proyecto, es de suma importancia revelar algunas recomendaciones que nos atrevemos a hacer tanto al licenciado en

vida". [online] Bifurcaciones.cl. Available at: <http://www.bifurcaciones.cl/002/reserva.htm> [Accessed 16 Sep. 2017].

comunicación e informática educativa, como al sistema integrado de transporte público masivo de la ciudad de Pereira y su área metropolitana, MEGABÚS.

-El licenciado en comunicación e informática educativa, es un profesional polifacético capaz de transformar el mundo y sus micro y macro realidades. Es hora de que este se salga de las cuatro paredes del aula de clase y ahonde mucho más en los problemas sociales y culturales que puede abordar desde el estudio de la educomunicación.

-Un sistema de transporte público exitoso, es capaz de articular aspectos tan importantes como disponibilidad, accesibilidad, tiempo, atención al cliente, confort, entre otros. No se puede suplir solo un aspecto de este engranaje de criterios de calidad que pueden hacer de MEGABÚS un sistema de transporte público más eficiente.⁹⁶

-MEGABÚS debería aumentar la cercanía que se tiene con el usuario, por medio de campañas y estrategias comunicativas y educomunicativas que le ayuden a no sentirse aislados de este.

-La comunicación desde los diferentes instrumentos de soporte tecnológico se debe volver primordial para MEGABÚS y el fortalecimiento de la cultura ciudadana dentro de este, se debe hacer uso de las diferentes redes sociales y de los diferentes soportes comunicacionales tales como video, infografías, audios, entre otros para poder obtener un buen resultado respecto a comportamientos y percepciones sobre MEGABÚS por parte de sus usuarios.

-Los mensajes que se realicen por parte de MEGABÚS para los usuarios, debe variar ya que un mensaje repetitivo puede volverse un simple paisaje el cual se ignorará y no tendrá ninguna relevancia para el proceso educomunicativo.

BIBLIOGRAFÍA

⁹⁶Norma europea sobre calidad de transporte público urbano EN13816 (ecs, 2002)

- SCOLARI, Carlos Alberto. Hipermediaciones (o cómo estudiar la comunicación sin quedar embobados frente a la última tecnología de California). 2008. ISBN 9788497842730
- SCOLARI, Revista LIS Letra Imagen y Sonido, Argentina 2010. ISBN 978-950-29-0998-1
- KAPLÚN, Mario. Una pedagogía de la comunicación. Cuba, 2002. ISBN 9788479601850
- APARICI, Roberto. Comunicación educativa en la sociedad de la información. España 2003. ISBN 9788436249712
- Tonnies, Ferdinand. Los conceptos de comunidad y sociedad. Argentina 2010. ISBN 3865506003
- BAUMAN, Zygmunt. Comunidad: En busca de seguridad en un mundo hostil. España 2001. ISBN 9788432312724.
- MONTANER, Carlos Alberto. Los latinoamericanos y la cultura occidental. Colombia 2003. ISBN 9580476411
- BEDOYA, Olga Lucia. BERMÚDEZ V, María Paola. Antropología del Megabús. Colombia 2006.
- JUDICIAL - Percepción de seguridad en Megabús- Edición electrónica Diario del Otún En el texto: (Eldiario.com.co, 2017)
- Eldiario.com.co. (2017). JUDICIAL - Percepción de seguridad en Megabús-
- Edición electrónica Diario del Otún. [Online] Available at: <http://www.eldiario.com.co/seccion/JUDICIAL/percepci-n-de-seguridad-en-megab-s1607.html>
- HERNÁNDEZ GARCÍA, Iliana. NIÑO BERNAL, Raúl. Estética y sistemas abiertos. Colombia 2014. ISBN 9789587166705
- Certeau de Michel. The Practice of Everyday Life. Francia 1980. ISBN 9780520047501
- HOLLOWAY LEWIS, Hubbard Phil. People and Place: The Extraordinary Geographies of Everyday Life. Reino Unido 2001. ISBN 9780582382121
- LEFEBVRE. Henri. Wiley: The Production of Space.

- Crawford Margaret. Everyday Urbanism. Estados Unidos 1999. ISBN 9781580932011
- HOBBSAWM, Eric. "The cult of identity politics", en: New Left Review, 217, Estados Unidos 1998. ISBN 978-1-59451-388-6
- McMillan y Chavis. Sense of community.
- En el texto: (RadiosLibres.net - <https://radioslibres.net>, 2017)
- Bibliografía: RadiosLibres.net - <https://radioslibres.net>. (2017). CAPÍTULO 1: ¿TENGO VOZ RADIOFÓNICA? [Online] Available at: <https://radioslibres.net/article/capitulo-1-tengo-voz-radiofonica/>
- RODRIGUES, Carlos Eduardo. Lo Comunitario en la Radio Comunitaria: Análisis Crítico del Discurso en el Lenguaje Informativo utilizado por Emisoras Comunitarias. Colombia 2012
- Aristóteles. "La política". España: Editorial Bruguera. 1974 España. ISBN 9788402038951
- BALSEBRE, Armand. "El lenguaje radiofónico". 1994 España. ISBN 9788437621777
- GIRARD, Bruce. "Radio Apasionados. Experiencia de radios comunitarias en el mundo". El Salvador 2002. ISBN 90-5638-095-8
- DELORME, Michel (1992) . "Prólogo: Una red de intercambio internacional"
- Ministerio de Tecnologías de la Información y Las Comunicaciones (2008) <http://eduteka.icesi.edu.co/pdfdir/ColombiaPlanNacionalTIC.pdf>
- GASCÓN BAQUERO, Maria Del Carmen. (1991) "La radio en la educación no formal"
- OLIVARES RODRÍGUEZ, José (2005) "El niño con miedo a hablar"

ANEXOS

A. Encuestas

Figura 3

Genero	Programa	Usa audifonos durante el trayecto	Cuántas veces usa al ruta a la semana?
H	Systemas	Si	10
H	Systemas	No	10
M	KEB	Si	10
<hr/>			
M	Musica	Si	70
M	Musica	No	8
M	Musica	Si	12
M	Musica	Si	8
M	Industria	Si	8
M	Electricidad	Si	8
M	Industria	Si	8

[illegible]

Figura 6

27

Genero	Programa	Usa audifonos durante el trayecto	Cuántas veces usa al ruta a la semana?
H	LCIE	Si	6-7 Veces
H	Musica	No	4 veces
H	Musica	Si	10 veces
H	Musica	No	14 veces
H	Ambiental	No	10
H	Ambiental	No	14
H	Ambiental	Si	14
H	industrial	Si	12
M	industrial	Si	12
M	ingles - los	Si	4
H	ingles - los	Si	10
H	Tec industrial	Si	8
H	LCIE	Si	10
H	Ing. Electronica	No	2
H	Ing. Electronica	Si	10
M	Tec. Electronica	No	10
H	Deportes	No	10
H	Ing. sistemas	Si	4
M	Reportes	No	10
M	Ing. mecanica	No	10
M	Ing. electronica	No	10
M	Ing. electronica	Si	10
M	Ing. electronica	No	10
M	Ing. electronica	Si	10
M	Ing. electronica	Si	10
H	Ing. electronica	Si	10
H	Ing. electronica	No	10
H	Ing. electronica	No	10

27 Abril - 2012.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
ENCUESTA PARA DEFINICIÓN DE POBLACIÓN OBJETIVO DE LA PRIMER PIEZA RADIAL

PROGRAMA ACADÉMICO	¿CUANTOS DÍAS A LA SEMANA UTILIZA MEGABUS?							LAS VECES QUE USA LOS AUDIFONOS DENTRO DEL SISTEMA DE TRANSPORTE ES			
	1	2	3	4	5	6	7	NO LOS USO	POCAS VECES AL MES	ALGUNAS VECES A LA SEMANA	LOS USO A DIARIO
H Industrial	X							X			
H Lc							X				X
M Industrial							X				X
M Industrial							X		X		
M Industrial					X	X			X		
H Industrial					X	X					X
M Ambiental	X										X
M Ambiental						X					X
M Sistemas						X					X
H Sistemas						X			X		
H Etno					X	X			X		
H Electrica					X	X			X		
H Etno				X				X			
H Industrial	X							X			
H Electrica				X				X			
M IGE				X				X			
M Industrial						X				X	
M Industrial					X			X			
M Deportes					X				X		
H Musica				X					X		
H Etno		X						X			
M Ambiental						X			X		
M Ambiental						X					X
M Ambiental						X					X
H Deportes				X				X			
M Deportes				X					X		
M Musica				X							X
M Musica				X					X		
M Electrica						X				X	
H Fisica						X					X
H Fisica				X							X
M Matematis						X			X		
H Tec. Indus						X					X
M Tec. Indus						X					X
M Deportes						X				X	

Figura 7

[illegible]

55

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
ENCUESTA PARA DEFINICIÓN DE POBLACIÓN OBJETIVO DE LA PRIMER PIEZA RADIAL

[illegible]

Figura 9

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
ENCUESTA PARA DEFINICIÓN DE POBLACIÓN OBJETIVO DE LA PRIMER PIEZA RADIAL

Figura 10

B. AUTORES

Inicialmente Taylor era un ingeniero industrial y economista antes de las propuestas de Taylor, los trabajadores eran responsables de planear y ejecutar sus labores. A ellos se les encomendaba la producción y se les daba la “libertad” de realizar sus tareas de la forma que ellos creían era la correcta. El autor lo describe de esta manera: “encargados y jefes de taller saben mejor que nadie que sus propios conocimientos y destreza personal están muy por debajo de los conocimientos y destreza combinados de todos los hombres que están bajo su mando. Por consiguiente, incluso los gerentes con más experiencia dejan a cargo de sus obreros el problema de seleccionar la mejor forma y la más económica de realizar el trabajo”. De ahí que sus principios “vistos en su perspectiva histórica, representaron un gran adelanto y un enfoque nuevo, una tremenda innovación frente al sistema, Se debe reconocer aquí que Taylor representa el sueño de una época, como lo es Estados Unidos de los primeros años del siglo XX donde era imperativo alcanzar la mayor eficiencia posible, cuidando el medio ambiente, aunado a una explosión demográfica acelerada en las ciudades, una demanda creciente de productos. Antes de las propuestas de Taylor, los trabajadores eran responsables de planear y ejecutar sus labores. A ellos se les encomendaba la producción y se les daba la “libertad” de realizar sus tareas de la forma que ellos creían era la correcta. El autor lo describe de esta manera: “encargados y jefes de taller saben mejor que nadie que sus propios conocimientos y destreza personal están muy por debajo de los conocimientos y destreza combinados de todos los hombres que están bajo su mando. Por consiguiente, incluso los gerentes con más experiencia dejan a cargo de sus obreros el problema de seleccionar la mejor forma y la más económica de realizar el trabajo”. De ahí que sus principios “vistos en su perspectiva histórica, representaron un gran adelanto y un enfoque nuevo, una tremenda innovación frente al sistema, Se debe reconocer aquí que Taylor representa el sueño de una época, como lo es Estados Unidos de los primeros años del siglo XX donde era imperativo alcanzar la mayor eficiencia posible, cuidando el medio ambiente, aunado a una explosión demográfica acelerada en las ciudades, una demanda creciente de productos.

Ahora el modelo administrativo de Fayol se basa en tres aspectos fundamentales: la división del trabajo, la aplicación de un proceso administrativo y la formulación de los criterios técnicos que deben orientar la función

administrativa. Para Fayol, la función administrativa tiene por objeto solamente al cuerpo social: mientras que las otras funciones inciden sobre la materia prima y las máquinas, la función administrativa sólo obra sobre el personal de la empresa. Fayol resumió el resultado de sus investigaciones en una serie de principios que toda empresa debía aplicar: la división del trabajo, la disciplina, la autoridad, la unidad y jerarquía del mando, la centralización, la justa remuneración, la estabilidad del personal, el trabajo en equipo, la iniciativa, el interés general, etc.

Hizo grandes contribuciones a los diferentes niveles administrativos. Escribió *Administration industrielle et générale*, el cuál describe su filosofía y sus propuestas.

Las seis funciones básicas de la empresa

Fayol dividió las operaciones industriales y comerciales en seis grupos:

- Funciones Técnicas: Relacionadas con la producción de bienes o de servicios de la empresa.
- Funciones Comerciales: Relacionadas con la compra, venta e intercambio.
- Funciones Financieras: Relacionadas con la búsqueda y gerencia de capitales.
- Funciones de Seguridad: Relacionadas con la protección y preservación de los bienes de las personas.
- Funciones Contables: Relacionadas con los inventarios, registros balances, costos y estadísticas.
- Funciones Administrativas: Relacionadas con la integración de las otras cinco funciones. Las funciones administrativas coordinan y sincronizan las demás funciones de la empresa, siempre encima de ellas.

Para los autores concordados en Ingeniería Eléctrica fueron Faraday y Ohm

La ley de Ohm es una fórmula matemática la cual ayuda a relacionar el voltaje, corriente y la resistencia, a esta se le atribuye el calificativo de las leyes fundamentales de circuitos de corriente eléctrica. ¿Esto a qué se refiere? desde la teoría a que la intensidad de la corriente que pasa por un conductor es directamente proporcional a la diferencia de potencial aplicado a sus extremos e inversamente proporcional a la resistencia del conductor.

$I = V/R$ (fórmula creada por Ohm)

Ahora hablando de Faraday quien construyó el primer prototipo de un motor eléctrico (1821) y luego construyó el primer prototipo de generador de energía eléctrica. Luego de esto Alessandro comunica que dos metales son lo suficiente para lograr un efecto eléctrico y este se puede intensificar uniendo más placas y sumándole ácido entre las placas; entonces vuelve Faraday y teniendo esto como base, crea la batería eléctrica. Esta por primera vez hace circular una corriente eléctrica de manera continua y es un paso decisivo para los avances en el campo de la electricidad.

C. PLEGABLES

Figura 11





Figura 12

D. EVALUACIÓN

Andrés Ortega, estudiante de octavo semestre de Ingeniería Industrial

1. Gustos disgustos acerca de los autores previamente seleccionados.
(Taylor y Fayol)

“Me parece que los autores son pertinentes ya que estos se ven a lo largo del

programa y es de mayor agrado para quienes se inclinan más a la parte comercial”

2. Rol de cada uno de ellos como usuario en el transporte. (Gustos y disgustos de ellos hacia el transporte, hábitos como usuarios).

“A cerca del medio de transporte es bueno por la regularidad de las rutas, el rol mío como estudiante y usuario de este medio de transporte es bueno ya que trato de no incomodar a nadie y ayudar a quien más pueda pero la ruta se vuelve estresante a la hora de llegar al intercambiador porque a veces se demora en llegar”

3. Modo de uso (usuarios normalmente acompañados o viajan solos, tiempo de uso. <<Cantidad de días, horarios específicos>>).

“Usualmente viajo solo, pero a veces acompañado, en cuanto el horario lo uso entre la mañana para venir a la universidad y ya tipo tarde/noche para regresar a casa”

4. Comentarios acerca de los comportamientos de otros usuarios en el transporte.

“Me parece poco bueno, ya qe muchas veces no se cede las sillas específicas para mujeres en embarazo o personas de la tercera edad, otra cosa es, que para nada yo tengo un pensamientos machista pero creo que debería haber más igualdad por parte de ambos géneros”

5. Comentarios acerca de otros compañeros del programa académico que también usen la ruta 27 de Megabus.

No respondió.

6. MUESTRA DEL MATERIAL RADIOFÓNICO.

7. Evaluación. (Comentarios del focusgroup)

“El audio es bueno, me gusta que esto se día propagando ya que personalmente no conozco las normas de convivencia del Megabús y frente a esto no le cambiaría nada”.

8. Gustos y disgustos acerca del material radiofónico (Qué le aportarían a este o que le cambiarían).

“Propongo difundir más este proyecto y enseñar de esta manera las normas de convivencia”.

- **Érica Betancourt**, estudiante de sexto semestre de Ingeniería Industrial

1. Gustos y disgustos acerca de los autores previamente seleccionados. (Taylor y Fayol)

“Los autores son buenos, aunque le añadiría a P. Kotler ya que él también es muy mencionado sobre todo para la parte de mercadeo”.

2. Rol de cada uno de ellos como usuario en el transporte. (Gustos y disgustos de ellos hacia el transporte, hábitos como usuarios).

“Mi rol como usuario es poco, no me apropio tanto ya que no le doy tanto uso, pero tampoco lo dañado ya que sé que es el medio de transporte de otras personas que si tienen la necesidad de usarlo a diario, por otro lado me gusta la organización que tiene este sistema de transporte”.

3. Modo de uso (usuarios normalmente acompañados o viajan solos, tiempo de uso. <<Cantidad de días, horarios específicos>>).

“cuando debo usarlo, lo hago sola; ya que solo lo hago cuando es por urgencia”.

4. Comentarios acerca de los comportamientos de otros usuarios en el transporte.

“Para mí, el comportamiento es apropiado ya que las otras personas no se maltratan entre sí, para hacer el cambio de bus en el intercambiador al que se dirige a la Virginia pues he visto que se debe hacer una fila para ello; en cambio para el Megabús, si se vuelve más brusco el cambio sobre todo para entrar y salir del bus”.

5. Comentarios acerca de otros compañeros del programa académico que también usen la ruta 27 de Megabus.

No respondió.

6. MUESTRA DEL MATERIAL RADIOFÓNICO.

7. Evaluación (comentarios del focusgroup)

“El audio es muy importante porque ayudaría a que las personas vayan aprendiendo sobre las normas de convivencia”.

8. Gustos y disgustos acerca del material radiofónico (Que le aportarían a este o que le cambiarían).

“Le pondría solo música de introducción para anunciar el mensaje y uno

despedida, de resto me parece muy bien la propuesta es que esto mismo se haga con todos los programas académicos de tener un teórico que se muestre durante el trayecto de la ruta 27 y también ampliar a las demás normas para este”.

- **Santiago González**, estudiante de 2 semestre de Ingeniería Industrial.

1. Gustos disgustos acerca de los autores previamente seleccionados.
(Taylor y Fayol)

“La verdad tengo poco conocimiento sobre los autores, pero sé que ellos son muy nombrados para la parte administrativa del programa”.

2. Rol de cada uno de ellos como usuario en el transporte. (Gustos y disgustos de ellos hacia el transporte, hábitos como usuarios).

“Mi rol en este es solo como usuario, no pretendo ayudar a otros ni que lo hagan conmigo ya que muchas veces se nota la poca ayuda entre sí y cuando se da esta se nota la poca disposición de las otras personas, esto es lo que menos me gusta del Megabús lo que lo hace más por parte de quienes lo usan que del sistema como tal”.

3. Modo de uso (usuarios normalmente acompañados o viajan solos, tiempo de uso. <<Cantidad de días, horarios específicos>>).

“Lo uso sólo, pero a veces con mis parientes más cercanos o amigos y normalmente es entre la mañana y tardes sobre todo los días que están al finalizar la semana”.

4. Comentarios acerca de los comportamientos de otros usuarios en el transporte.

“El comportamiento de otros usuarios siento que muchas veces es deficiente por de tema de respeto y convivencia, siento que muchas personas solo quieren pasar por encima de otras”.

5. Comentarios acerca de otros compañeros del programa académico que también usen la ruta 27 de Megabus.

No respondió

6. MUESTRA DEL MATERIAL RADIOFÓNICO.

7. Evaluación (comentarios del focusgroup)

“Me gustó el audio, me parece importante transmitir y enseñar de una manera no tan formal las normas de convivencia”.

8. Gustos y disgustos acerca del material radiofónico (Que le aportarían a este o que le cambiarían).

“Propondría hacer esto en varias rutas”.

Sergio Duque, estudiante de cuarto semestre de Ingeniería Industrial

1. Gustos y disgustos acerca de los autores previamente seleccionados. (Taylor y Fayol)

“los autores son buenos porque esta es la manera organizacional de la administración y los principales exponentes de la industria”.

2. Rol de cada uno de ellos como usuario en el transporte. (Gustos y disgustos de ellos hacia el transporte, hábitos como usuarios).

“Mi posición es negativa por falta de cultura ciudadana porque no dejan salir y se forman muchos tumultos”.

3. Modo de uso (usuarios normalmente acompañados o viajan solos, tiempo de uso. <<Cantidad de días, horarios específicos>>).

“usualmente viajo acompañado jueves, viernes y sábado tipo seis de la tarde”.

4. Comentarios acerca de los comportamientos de otros usuarios en el transporte.

“la universidad cuenta con usuarios cultos pero para otras rutas es donde está la verdadera falta de cultura, falta de ceder la silla, poca igualdad de condiciones (poca caballerosidad entre géneros)”.

5. Comentarios acerca de otros compañeros del programa académico que también usen la ruta 27 de Megabus.

“Podría estar seguro que la mayoría de mis amigos tiene cultura para utilizar el megabus”.

6. MUESTRA DEL MATERIAL RADIOFÓNICO.

7. Evaluación (comentarios del focusgroup)

“Los audios me parecen muy pertinentes y explícitos para crear una nueva conciencia”.

8. Gustos y disgustos acerca del material radiofónico (Qué le aportarían a

este o que le cambiarían).

“propondría sonar un audio en la ruta UTP - Cuba para darle inicio a esta ruta, específicamente el audio de bienvenida, y un audio para la ruta Cuba - UTP en el cual se especifican la norma de convivencia y ojala fuera con la voz de una mujer, también sería bueno que sonara un día por medio en los alimentadores donde hay poca cultura”.

Carolina Jiménez, estudiante de cuarto semestre de ingeniería industrial.

1. Gustos disgustos acerca de los autores previamente seleccionados. (Taylor y Fayol)

“Creo que los autores son muy generales para todas las ingenierías, si quisieran buscar impactar los de ingeniería industrial o afines pienso que deberían tener en cuenta autores como Lambert o Philip Kotler, y más que estos van un poco más dirigidos a la modernización”.

2. Rol de cada uno de ellos como usuario en el transporte. (Gustos y disgustos de ellos hacia el transporte, hábitos como usuarios).

“Realmente me parece importante la ruta 27 de Megabús ya que enseña y acostumbra a las personas a esperar el bus en los paraderos oficiales y mejora la cultura de las personas al parar en cada esquina”

3. Modo de uso (usuarios normalmente acompañados o viajan solos, tiempo de uso. <<Cantidad de días, horarios específicos>>).

“Me gusta viajar acompañada porque así hago mi viaje más ameno, además que normalmente debo usar la ruta en las horas pico entonces es una manera de dispersar el tiempo con alguien más”.

4. Comentarios acerca de los comportamientos de otros usuarios en el transporte.

“Hay momentos en que los usuarios son demasiadamente calmados además de que los usuarios que usan la ruta 27 pues normalmente son de la UTP entonces esto lo hace más tranquilo, pero muchas veces el estrés de llegar rápido o los trancones junto con las horas pico pues se va dispersando un ambiente agradable”.

5. Comentarios acerca de otros compañeros del programa académico que también usen la ruta 27 de Megabus.

“Bueno, con los compañeros que viajo en la ruta 27 pues todos usamos el transporte de una buena manera y a veces brindando la cordialidad y respeto frente a personas de la tercera edad aunque a veces notamos que nosotros como mujeres muchas veces tenemos una falta de ayuda”.

6. MUESTRA DEL MATERIAL RADIOFÓNICO.

7. Evaluación (comentarios del focusgroup)

“Cómo lo expresé anteriormente con el tema de los autores también debería ir un poco más a fondo, pero realmente los audios me parecen muy importante ya que es algo que no se ve en los buses y también en los articulados”

8. Gustos y disgustos acerca del material radiofónico (Que le aportarían a este o que le cambiarían).

“Apoyaría la propuesta de que sea una comunicación masiva”.

E. PLAN ESTRATEGICO

Figura 13

MEGABÚS S.A. PLAN ESTRATÉGICO 2017 - 2020 OBJETIVOS, ESTRATEGIAS, PROGRAMAS Y PROYECTOS																
OBJETIVO ESTRATEGICO	PERSPECTIVA	ESTRATEGIA	PROGRAMA	PROYECTOS	DESCRIPCION DEL PROYECTO	RESPONSABL ES	METAS INDICADORES BSC									
							INDICADOR	BASE 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020				
<u>1. OBJETIVO</u> Definir en armonía con el AMCO el Desarrollo del SITP, con integración intermodal y con opción de cable aéreo para lograr cobertura al 100%, bajo condiciones de sostenibilidad financiera, social y ambiental	PERSPECTIVA DEL CLIENTE	ESTRATEGIA 1 TRABAJAR EN ARMONIA CON LOS ACTORES DEL SISTEMA	PROGRAMA 1.1 Integrar los modos de transporte: Cable Aéreo, Bicietas y TPC al SITP, como parte del Sistema Intermodal del AMCO	PROYECTO 1.1.1	Aplicar los mecanismos, que se incluyen en la estructuración Técnica, legal y financiera del SITP.	Jurídica, Planeación, Financiera AMCO	Indicador = Avance de estructuración / Estructuración Total	100%	20%	50%	80%	100%				
				PROYECTO 1.1.2	Desarrollar en conjunto con el AMCO la armonización Operativa del SITP, con la entidad encargada de la construcción del cable aéreo.	Administrativas Jurídica Operaciones AMCO	Indicador = SITP Condiciones Técnicas establecidas de Rutas / Cable Implementado	0%	20%	50%	70%	100%				
				PROYECTO 1.1.3	Aplicar condiciones operativas, legales, administrativas, ambientales y financieras para la operación del cable aéreo.	Operaciones, Financiera, Planeación, Jurídica	Indicador = % Condiciones Técnicas establecidas / Total Condiciones Técnicas del Cable requeridas	0%	30%	50%	100%	0%				
				PROYECTO 1.1.4	Generar mecanismos para armonizar el sistema de bicicletas con el Sistema MEGABÚS.	Operaciones, Planeación	Indicador = Bicisparquaderos instalados / Bicisparquaderos presupuestados a instalar	0	2	2	2	2				
				PROYECTO 1.2.1	Realizar la consolidación del sistema MEGABÚS S.A. en la cuenta Cuba, de tal manera que se adapte a la infraestructura existente.	Operaciones, Financiera, Planeación	Indicador = Condiciones técnicas implementadas en infraestructura / Condiciones técnicas necesarias	0%	70%	90%	100%	0%				
				PROYECTO 1.2.2	Asegurar procedimientos para velar por una demanda de manera creciente.	Operaciones, Financiera, Planeación	INDICADOR = CRECIMIENTO DE LA DEMANDA ANUAL USUARIO S 2016 A USUARIOS 2016	INDICADOR = 6.4%	0%	10%	15%	20%				
<u>2. OBJETIVO</u> Fortalecer Institucionalmente la entidad y su capacidad instalada.	PERSPECTIVA DE APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO	ESTRATEGIA 2 GARANTIZAR CONDICIONES ADECUADAS PARA EL CLIENTE INTERNO Y EXTERNO	PROGRAMA 2.1 Fortalecimiento del talento humano	PROYECTO 2.1.1	Capacitación del personal en actividades relacionadas con el cargo	Direcciones y Jefaturas	INDICADOR DE CAPACITACIÓN = PERSONAL CAPACITADO / TOTAL PERSONAL	28/50 = 56%	70%	80%	90%	100%				
				PROYECTO 2.1.2	Realizar estudio de cargas laborales	Direcciones y Jefaturas	INDICADOR = NUMERO DE CARGOS AUTORIZADOS Y/O REVISADOS / TOTAL DE CARGOS	8/50 = 16%	70%	80%	90%	100%				
				PROYECTO 2.1.3	Generación de espacios de bienestar social	Direcciones y Jefaturas	INDICADOR = NUMERO DE ACTIVIDADES DE BIENESTAR SOCIAL / TOTAL DE TRABAJADORES	9/50 = 18%	20%	24%	24%	24%				
				PROYECTO 2.2.1	Adecuación, ampliación e implementación de la planta física de acuerdo a necesidades y competencias	Secretaría General	INDICADOR = INVERSION REALIZADA / TOTAL PRESUPUESTO ASIGNADO	0%	10%	61%	16%	13%				
				PROYECTO 2.2.2	Mantener vigentes los certificados de los sistemas integrados de Gestión - SIG	Direcciones y Jefaturas	INDICADOR = Sistema Integrado de Gestión Actualizado / Total Sistemas de Gestión de la Empresa	5/5 = 100%	100%	100%	100%	100%				
				PROYECTO 2.2.3	Actualización Tecnológica software y hardware	Secretaría General y Sistemas	INDICADOR = NUMERO DE EQUIPOS Y LICENCIAS RENOVADOS / TOTAL EQUIPOS Y LICENCIAS	82/82 = 100%	50.0%	75%	100%	100%				
				PROYECTO 2.3.1	Ajustar la estructura organizacional a las necesidades de crecimiento.	Secretaría General	INDICADOR = ESTUDIOS REALIZADOS / ESTUDIOS IMPLEMENTADOS	5%	85%	90%	90%	100%				
				PROYECTO 2.3.2	Desarrollar e implementar un estudio de pasivos contingentes (panorama de riesgos), que permitan blindar la empresa ante posibles demandas.	Secretaría General y Área Jurídica	INDICADOR = ESTUDIOS REALIZADOS / ESTUDIOS IMPLEMENTADOS	0%	80%	90%	90%	100%				
				PROYECTO 2.3.3	Actualizar el modelo de procesos y procedimientos	Secretaría General y Jefes de Área	INDICADOR = PROCEDIMIENTOS ACTUALIZADOS/ TOTAL PROCEDIMIENTOS	2/11 = 18%	60%	80%	90%	100%				
				<u>3. OBJETIVO</u> Fortalecer el Sistema Comercial y Financiero para el aseguramiento de la solidez de la empresa y el desarrollo de proyectos	PERSPECTIVA FINANCIERA	ESTRATEGIA 3 AVANZAMIENTO Y CRECIMIENTO SOSTENIBLE	PROGRAMA 3.1 Gestionar Recursos, que apoyen el desarrollo de MEGABÚS y la integración del SITP en el AMCO y su área de influencia.	PROYECTO 3.1.1	Realizar seguimiento y verificación para Garantizar que dentro de la integración del SITP haya participación proporcional a los nuevos servicios.	Operaciones, Financiera, Planeación	INDICADOR = INGRESOS RECIBIDOS / TOTAL RECURSOS ESPERADOS DEL SITP	550/550 = 100%	21%	40%	72%	100%
								PROYECTO 3.1.2	Realizar gestión para la consecución de otros ingresos para MEGABÚS S.A. provenientes de subestaciones u otras alternativas viables.	Planeación, Operaciones, Financiera	INDICADOR = RECURSOS RECIBIDOS / RECURSOS ESPERADOS	10950/12 000.0 = 91.3%	0%	31%	64%	100%
								PROYECTO 3.1.3	Obtener recursos, aprovechando la infraestructura del sistema.	Operaciones, Planeación, Secretaría General, Comunicaciones	INDICADOR = RECURSOS RECIBIDOS / RECURSOS ESPERADOS	495,0558 / 3 = 86.7%	22%	45%	71%	100%
PROYECTO 3.2.1	Fortalecer la implementación de estrategias de atención al cliente	Secretaría general y Comunicaciones	INDICADOR = PARA OTROS ATENDIDOS / (PARA Y OTROS RECIBIDOS)					40%	80%	90%	100%	100%				
PROYECTO 3.2.2	Fortalecer la imagen corporativa	Secretaría General, Operaciones, Comunicaciones	INDICADOR = NUMERO DE ACTIVIDADES REALIZADAS					6	8	10	12	12				
PROYECTO 3.2.3	Desarrollar actividades de cultura ciudadana con la comunidad, que generen sentido de pertenencia.	Operaciones, Comunicaciones, Secretaría General	INDICADOR = NUMERO DE ACTIVIDADES REALIZADAS					4	6	8	10	10				
<u>4. OBJETIVO</u> Establecer mecanismos y políticas para cooperación interinstitucional, que fortalezca la óptima prestación del servicio de transporte	PERSPECTIVA DE PROCESOS	ESTRATEGIA 4 UNIDOS POR UN OBJETIVO COMUN	PROGRAMA 4.1 Acuerdos, convenios y compromisos con otras entidades interinstitucionales (Policía, Tránsito, Secretaría de Gobierno, Municipios) local y nacional	PROYECTO 4.1.1	Realizar compromisos de colaboración con entidades relacionadas con la movilidad del sistema, para garantizar un servicio con calidad	Secretaría Gral Jurídica	INDICADOR = NUMERO DE CONVENIOS Y/O COMPROMISOS ESTABLECIDOS	0	1	3	5	6				

